Albe Steiner

IL MANIFESTO POLITICO

Editori Riuniti



Albe Steiner

Il manifesto politico

A cura di Luisa Steiner Rollier

Introduzione di Dario Micacchi

Editori Riuniti

I edizione: dicembre 1978

In copertina: uno studio di Albe Steiner
Impostazione grafica di Tito Scalbi
CL 63 - 1911 - 4

La realizzazione del presente volume è stata possibile grazie al lavoro di catalogazione e classificazione dell'opera di Albe Steiner, compiuto allo scopo di divulgare il materiale e metterlo a disposizione di quanti sono interessati alla comunicazione visiva.

Indice

Elenco delle illustrazioni

Studi

sta della gioventù del Partito comunista italiano. Biro rossa, verde.

15. 1973. Studi per il manifesto del Partito comunista italiano di solidarietà col Cile. Pennarello rosso, bleu, nero.
16. Manifesto per l'Associazione nazionale ex deportati politici nei campi nazisti. Fotografia trattata e scritte in pennarello rosso e nero.
17. 1963. Pannello tipo della mostra itinerante sulla Resistenza organizzata dal Partito comunista italiano. Matita e china e scritte a mano. Ogni studio di cm 7 x 10. 1) rosso, grigio, nero; 2) verde, grigio, nero; 3) rosso, grigio, nero; 4) rosso, grigio, nero.

18-19. 1970. Fasi di lavoro della grande locandina realizzata per la mostra della deportazione nei campi di sterminio nazisti. Biro rossa e nera.

Manifesti di solidarietà antifascista

20. 1943. Volantino clandestino. Stampa in nero.
21. 1945. Manifesto della mostra della Ricostruzione tenutasi a Milano. Stampa in nero, rosso, verde, cm 70 x 100.
22. 1947. Manifesto del Partido popular realizzato in Messico. Stampa in nero e viola, cm 60 x 80.
23. 1950. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
24. 1956. Studio del manifesto che ottenne il primo premio della giuria internazionale a Vienna al concorso indetto dal primo comitato internazionale per la pace. Foto in bianco e nero e rose rosse, cm 70 x 100.
25. 1963. Giornale murale delle Edizioni dell'Avanti!. Stampa in rosso e nero bianca e volta, cm 50 x 70.
26. 1963. Giornale murale delle Edizioni dell'Avanti!. Stampa in rosso e nero bianca e volta, cm 50 x 70.
27. 1962. Manifesto della mostra sull'Algeria. Stampa in nero, rosso e verde, cm 50 x 70.

28. 1973. Manifesto di solidarietà con Cuba. Stampa in rosso e bleu, cm 50 x 70.
29. 1974. Stampa in rosso e nero, cm 50 x 70.
30. 1974. Manifesto della mostra indetta dalla Associazione nazionale partigiani d'Italia. Stampa in quadricromia, cm 70 x 100.

Manifesti sindacali

31. 1969. Giornale murale della Fim Fiom Uilm n. 1. Stampa in nero, rosso, giallo, cm 100 x 70.
32. 1969. Giornale murale della Fim Fiom Uilm n. 2. Stampa in nero, giallo, rosso, cm 100 x 70.
33. 1969. Giornale murale della Fim Fiom Uilm n. 3. Stampa in nero, giallo, rosso, bleu, cm 100 x 70.
34. 1969. Giornale murale della Fim Fiom Uilm n. 4. Stampa in nero, rosso, azzurro, cm 100 x 70.
35. 1973. Manifesto per la federazione milanese Cgil Cisl Uil. Stampa in nero e rosso, cm 70 x 100.

Manifesti per la campagna della stampa del Partito comunista italiano

36. 1948. Stampa in nero e rosso, cm 100 x 70.
37. 1952. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
38. 1958. Stampa in nero e rosso, cm 70 x 100.
39. 1958. Stampa in nero, giallo, rosso, azzurro, cm 70 x 100.
40. 1958. Stampa in nero, giallo, azzurro, rosso, verde, cm 70 x 100.
41. 1958. Stampa in nero, giallo, rosso, azzurro, cm 70 x 100.
42. 1958. Stampa in nero, azzurro, giallo, cm 70 x 100.
43. 1958. Stampa in nero, rosso, giallo, azzurro, cm 70 x 100.
44. 1962. Stampa in rosso e nero, cm. 70 x 100.
45. 1963. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
46. 1964. Stampa in nero e rosso, cm. 70 x 100.

Manifesti del Partito comunista italiano

47. 1963. Stampa in nero e rosso, cm 70 x 100.
48. 1963. Stampa in quadricromia, cm 70 x 100.
49. 1963. Stampa in azzurro e nero, cm 70 x 100.
50. 1963. Stampa in rosso e verde, cm 70 x 100.
51. 1966. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
52. 1967. Stampa in giallo, rosso, nero, cm 70 x 100.
53. 1968. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
54. 1972. Stampa in quadricromia rosso, verde, nero, cm 70 x 100.
55. 1972. Stampa in quadricromia bleu, rosso, nero, cm 70 x 100.
56. 1972. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100.
57. 1973. Stampa in rosso, nero e bleu, cm 70 x 100.
58. 1973. Stampa in nero, rosso e bleu, cm 70 x 100.

Manifesti per la festa dell'Unità

59. 1948. Stampa in verde, rosso, nero, cm 70 x 100.
60. 1960. Stampa in quadricromia giallo, rosso, verde, nero, cm 70 x 100.
61. Stampa in verde e rosso, cm 70 x 100.
62. 1963. Stampa in quadricromia rosso, giallo, bleu, verde, cm 70 x 100.
63. 1972. Stampa in grigio, rosso, verde, cm 140 x 100.
64. 1972. Stampa in rosso e verde, cm 25 x 70.
65. 1972. Stampa in grigio, rosso, verde, cm 70 x 100.
66. 1974. Stampa in rosso e giallo, cm 70 x 100.

Manifesti per la Federazione giovanile comunista italiana

67. 1973. Stampa in rosso e verde, cm 70 x 100.
68. 1974. Stampa in rosso e bleu, cm 140 x 100

69. 1973. Stampa in rosso e verde, cm 70 x 100 e 100 x 140.
70. 1974. Stampa in arancione e bleu, cm 70 x 100.

Manifesti realizzati con gli studenti del Convitto Rinascita, dell'Umanitaria, del Movimento studentesco

71. 1948. Stampa in rosso, nero, verde, cm 100 x 70. Convitto Rinascita.
72. 1949. Stampa in marrone e nero, cm. 100 x 70. Convitto Rinascita.
73. 1948. Stampa in rosso, verde, nero, cm 70 x 100. Convitto Rinascita.
74. 1949. Stampa in quadricromia, cm. 140 x 100. Convitto Rinascita.
75. 1951. Stampa in nero e azzurro, cm 100 x 70. Convitto Rinascita.
76. 1951. Stampa in quadricromia, cm 100 x 70. Convitto Rinascita.
77. 1951. Stampa in rosso, verde, nero, cm 70 x 100. Convitto Rinascita.
78. 1968. Stampa in rosso e nero, cm 30 x 75. Umanitaria.
79. 1973. Stampa in nero, dipinta a mano rosso e bleu, cm 70 x 100. Movimento studentesco.
80. 1974. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100. Movimento studentesco.
81. 1974. Stampa in nero, cm 70 x 100. Movimento studentesco.
82. 1974. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100. Movimento studentesco.
83. 1974. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100. Movimento studentesco.
84. 1974. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100. Movimento studentesco.

Manifesti per l'Associazione nazionale ex deportati politici nei campi nazisti e per il Museo monumento al deportato politico e razziale nei campi di sterminio nazisti

85. 1959. Stampa in rosso e nero, cm 140 x 100. Aned.
86. 1967. Stampa in nero, cm 50 x 70. Aned.
87. 1970. Stampa in rosso e nero, cm 50 x 140. Aned.
88. 1971. Stampa in rosso e nero, cm 70 x 100. Aned.
89. 1972. Stampa in nero e rosso, cm 70 x 100. Aned.
90. 1973. Stampa in nero, cm 70 x 100. Museo di Carpi.
91. 1974. Stampa in nero e rosso, cm 70 x 100. Aned.

Mostre a tema itineranti

92-113. 1953. « L'*Avanti!* ha una storia », album edito a cura della sezione stampa e propaganda della direzione del Partito socialista italiano, concepito in modo che le sue ventidue pagine smembrate e incollate su pannelli potessero diventare una mostra. Stampa in nero e rosso, cm 50 x 34.

114-131. 1963. Mostra fotografica organizzata in occasione del 20° anniversario della Resistenza nell'ambito della campagna della stampa comunista e composta da 18 pannelli stampati in nero su cartoncino di cm 70 x 100 (solo diapositive).

132-152. 1965. Mostra del Partito comunista italiano sull'imperialismo composta da 21 pannelli stampati in rosso e nero su cartoncino di cm 70 x 100.

Albe Steiner, un grafico rivoluzionario oltre la grafica

Non c'è altro grafico o disegnatore industriale italiano, a ben guardare, anche dopo il successo internazionale dei tanti oggetti organizzati nei cerimoniali e nei rituali della grande mostra «Italy: new domestic lanscape» del 1972 a New York, che sia riuscito, come e quanto Albe Steiner, a fare del proprio mestiere qualcosa di cosí esattamente analitico-politico, per le tante radici affondate costruttivamente e criticamente nel presente, e allo stesso tempo di cosí fantasticamente mitico per la qualità progettuale della comunicazione visiva di massa riguardante non tanto gli oggetti quanto gli uomini, gli utenti, i fruitori del messaggio (rivelati alla fine da Albe Steiner come i veri committenti sociali).

Ricordo i rari, preziosi contatti politici e di lavoro avuti con Albe Steiner. La stessa persona, nella sua fisicità, aveva una profonda, trascinante suggestione. Le sue idee, vere e necessarie, stavano sempre in bilico tra la luce degli occhi e il sorriso. Una voce calma ma esatta e implacabile sosteneva un gesto sicuro che quasi sempre si metteva a concretizzare le parole in segni, in figure, con una biro o una matita. Il grande mestiere, forse unico in Italia, era dominato con naturalezza da un marxista limpido che aveva il dono del-

l'immaginazione, della gioia e della costruzione. È un po' il fascino di uno di quei progettisti di tutto e di tutti nei giorni della rivoluzione d'ottobre.
Si sentiva che Albe Steiner possedeva in sé, per cultura e mestiere rivoluzionari, o intravedeva sempre un frammento piú o meno grande di futuro ma adamantino, e con altri uomini, cambiati per loro scelta e lotta. E tanta parte della sua immaginazione già stava da quest'altra parte con uomini diversi da quelli del presente. Di qui credo venissero l'impazienza e il rigore di Albe Steiner, ma anche tutta la sua pazienza e quella sua meravigliosa e generosa didattica per favorire il transito. Di qui anche la sua forza ottimistica di progetto e la capacità strategica di discorso per una comunicazione e una cultura che riguardavano i grandi numeri, le grandi masse.
Negli anni trenta, sotto la dittatura fascista, Albe Steiner s'era dovuto costruire dal nulla il mestiere di grafico ma subito, con i suoi materiali, con le sue forme, con il suo metodo, ne aveva capito la politicità, la possibilità di far ponte con l'informazione e la comunicazione modernamente strutturate verso la gente. E sono gli anni della scoperta del Bauhaus, di Moholy-Nagy, del fotogramma di Veronesi, di Persico con il « contenutismo » delle pagine di Casabella, *degli artisti figurativi di* Corrente.
Nella Resistenza prima e negli anni infuocati e straordinari del dopoguerra a Milano, Albe Steiner scopre, o meglio ritrova, quel che già sapeva, tutta la grandiosa necessità della grafica per la comunicazione di massa, come si va strutturando una nuova produzione industriale di oggetti per veri e falsi bisogni di massa e come si va sviluppando e articolando una complessa e durissima lotta di classe nelle campagne e nelle fabbriche. È una esperienza che Albe Steiner vive con una capacità di idee e di lavoro davvero strabiliante.

È il fantastico 1945 di Albe Steiner, una vera, originale esplosione creativa: tutta la tensione politica, morale ed estetica della lotta antifascista e dell'Italia da ricostruire con le classi popolari protagoniste si libera nella collaborazione con Elio Vittorini all'impostazione grafica e alla redazione del Politecnico. *È di qualche mese avanti il lavoro grafico per la nascita del quotidiano* Milano sera. *Segue la grafica della straordinaria « Biblioteca Politecnico », pubblicata anch'essa, come la rivista, da Einaudi. E ancora la mostra della Liberazione con la collaborazione di Mucchi e Veronesi e la mostra della ricostruzione con la collaborazione di Chessa, Magistretti e Muratore. Albe Steiner rivisita il Bauhaus, ma sulle razionali coordinate di Mondrian fa scorrere la materia incandescente dei fatti e delle idee di quei giorni indimenticabili.*
In Politecnico, *che può tipicamente rappresentare l'Italia nella cultura internazionale, come i migliori film e i migliori dipinti neorealisti, la composizione per lunghe verticali tagliate da brevi orizzontali, la scelta straordinaria dei caratteri e quella « parlante» delle fotografie, il ritmo serrato e molto energico che stabiliscono il nero e il rosso degli inchiostri (fantastico, nel primo numero, è anche il furioso gioco dei due colori nel disegno di Guttuso a piè di pagina a destra, su tre colonne, titolato* L'ultimo atto del regime spagnolo: Banchetto di Erode, *che è un incendio politico concreto del rosso della testata), già portano nella plasticità generale come visibili i significati e i messaggi degli articoli e delle illustrazioni. Nelle pagine di* Politecnico *è la grafica rivoluzionaria dell'arte costruttivista del sovietico El Lisitskij che mette un formidabile germoglio nella realtà culturale italiana. È una lezione di necessità estetica, di gusto costruttore anche infuocato dal futuro e dall'utopia, di uso selettivo e politico dei materiali per una modernissima comunicazione visiva.*

L'impostazione grafica di Milano sera *aveva anticipato quella del* Politecnico *e rimane un esempio singolare di un giornale che si lasciava vedere, nel suo contenuto, prima di leggerlo. I libri della « Biblioteca Politecnico », con le copertine fotografiche costruite sui contrasti di grigio e di rosso e portanti i titoli come elementi strutturali-costruttivi, sono dei gioielli di immaginazione sulla particolare comunicazione del libro e che splendono visivamente, plasticamente della stessa povertà della carta di allora (proprio come tanti libri sovietici poverissimi ma ricchissimi per il disegno grafico rivoluzionario di un Lisitskij o di un Rodčenko). Infine, a conclusione di questo favoloso periodo di attività di Albe Steiner sta il soggiorno in Messico tra il 1946 e il 1948, dove lavora con Hannes Meyer, direttore dell'ultimo e cosí nuovo e interessante periodo del Bauhaus, e con il Taller de grafica popular, disegnando bellissimi giornali per la campagna di alfabetizzazione. Al ritorno in Italia dà l'impostazione grafica a gran parte del materiale di propaganda del PCI e delle associazioni democratiche antifasciste. Profonde in questo lavoro tesori di tecnica e di immaginazione grafica che venivano da tutta la sua cultura e la sua esperienza internazionale e da quello stile costruttivo, carico di informazioni, ottimistico, teso al futuro ma sempre concreto e combattente e tecnicamente intransigente e scientifico: attento alla parola e alla sua popolarità ma anche alla sua visione e comprensione nella situazione ambientale piú sfavorevole per luci, strutture, movimento. Usa la fotografia in quanto fissa il movimento e penetra nei suoi segreti: perché svela ciò che è nascosto; perché accresce informazioni e sostiene l'esattezza della parola scritta. A questo periodo risale l'ininterrotta attività di disegno del manifesto politico e che viene documentata in questo libro. Si vedrà che sono manifesti estremamente sensibili al mutare di qualità*

delle lotte sociali e politiche in Italia: Albe Steiner è molto sensibile e molto mobile di immaginazione, avendo sempre ossessivamente presente quel committente che è il partito, la classe operaia, le masse popolari. Nella cultura figurativa di Albe Steiner disegnatore di manifesti politici, anche in serie didattiche di molti fogli, entrano anche il grande autore di fotomontaggi Heartfield (e forse lo spagnolo Renau) e Picasso quando il suo segno è piú gioioso e pacifico, celebrante l'eros e la festa mediterranea.

Albe Steiner ha vissuto poi in modo molto creativo ma anche assai vigile e critico gli anni sessanta, gli anni della produzione consumistica e di tanti falsi bisogni. Sono anni che ha sentito drammaticamente ma da combattente non ha perduto il suo senso vivente del futuro e della gioia ed ha sempre accresciuto ed affinato la qualità politica delle sue informazioni e della comunicazione di massa. Nella grafica, nella cultura grafica, ha avvertito una pericolosa situazione di stallo, nella quale un disegno degli oggetti di assoluto buon gusto si accompagnava all'indifferenza. E nella scuola che si era dovuta costruire, all'Umanitaria, e anche a Urbino, ha cercato di contrastare quel corso nefasto del design italiano con una didattica efficiente che formasse dei grafici « armati » di idee, di tecnica, di metodo, di capacità di analisi e di sintesi: « Gli investimenti di una scuola come la nostra devono essere gli uomini. Uomini preparati oggi *per un domani migliore che loro stessi, uomini lavoratori studenti, cambieranno "emancipandosi da se medesimi". [...] Grafici modesti, lavoratori tra masse di gente semplice che ha il diritto di partecipare alla comunicazione, alla cultura, al sapere, alla gestione sociale. Grafici che sentano che la tecnica è un mezzo per trasmettere cultura e non strumento fine a se stesso per giustificare la sterilità del pensiero o peggio per sollecitare inutili bisogni, per continuare*

a progettare macchine, teorie, mostre, libri e oggetti inutili ». E ancora: « Meno estetica, meno grafica, meno spreco inutile, meno costi, in un giusto rapporto tra domanda e offerta per essere certi che il mio, il nostro lavoro possa veramente servire come già qualcuno aveva detto: "A che scopo fare se non per renderne partecipi tutti" ».
Al grafico Albe Steiner che disegnava per il diritto alla cultura delle grandi masse, e al mezzo specifico del graphic design aveva posto e brillantemente risolto problemi della grande serie, non si pone il problema sociale-culturale di una regressione produttiva ma il problema di una riorganizzazione economica per una produzione per le necessità e i bisogni materiali e spirituali delle grandi masse. E proprio lui che tanto ha dato, di idee e di mezzi, alla grafica deve criticarla, deve amaramente prendere le distanze dal « tutto va bene » di una grafica apparentemente di forma perfetta ma allo stesso tempo non differenziata « non solo tra autori ma anche tra prodotti presentati, e questo è oggi forse il male dal quale la grafica deve guardarsi. Il contenuto, e cioè il prodotto che deve essere visualizzato, lo si scopre dopo; prima si è colpiti dai colori, dalle forme, dalle fotografie quasi sempre non attinenti, dalla disposizione del testo [...] ed infine troveremo, anzi scopriremo di che cosa si tratta, quale è il prodotto o la propaganda che viene presentata».
Albe Steiner conduce un attacco a fondo a quella che egli chiama « sterilizzazione della capacità di espressione». E lo fa a tutti i livelli: a quello politico, a quello estetico, a quello didattico, perché avverte che la degenerazione antisociale della produzione capitalistica nel nostro paese sta paurosamente corrompendo funzione e caratteri tipici della grafica con un conseguente e preoccupante annebbiamento della comunicazione visiva di massa. È una diagnosi, questa di Albe

Steiner, che singolarmente si avvicina a quella di Tomàs Maldonado, in Diagnosi del disegno, *del 1967. Dice Maldonado: « A ben considerare, l'attuale tendenza ad una assoluta neutralizzazione etica di tutti i processi della società, cioè la tendenza a credere la società una mera rete di atti servili, è un sintomo che dovrebbe preoccuparci. Questa tendenza, infatti, sembra venire a dimostrare una situazione piú che allarmante: che la cosiddetta "personalità autoritaria" è riuscita a ottenere nella nostra società piú potere ed influenza di quanto si crede comunemente. In particolare, il tipo manipolatore della personalità autoritaria, la cui sindrome è stata qualificata da T.W. Adorno nel seguente modo: "Una forma di ultrarealismo coercitivo che tratta tutto e tutti come oggetti che possono essere maneggiati, manipolati, dominati dai propri schemi teorici e pratici [...]. L'importante è* fare cose, *con una profonda indifferenza per il contenuto di ciò che si cerca di fare". Per quanto riguarda l'ambiente umano, il potere e l'influenza di questo tipo di personalità autoritaria hanno fatto stragi. È proprio nell' "ultrarealismo coercitivo", nella cieca frenesia del "fare cose", che dobbiamo cercare una delle cause, certamente non l'unica, del vergognoso deterioramento che sta subendo giorno per giorno il nostro ambiente fisico, sociale e culturale. La verità tuttavia è che noi disegnatori non siamo ancora pronti — strumentalmente pronti — per offrire, in qualche misura, una alternativa a questa situazione ». I disegnatori, aggiunge Maldonado, sono stati per « l'incremento » e raramente per « il controllo ».*

Ecco, uno dei caratteri intellettuali piú tipici e attivi di Albe Steiner grafico era il disegnare per « il controllo ». E questo carattere s'è fatto piú intransigente e critico negli anni di piú dissennato consumismo e della « servitú » di non pochi grafici e designer. Ci sono

tanti suoi scritti a documentarlo tra quelli pubblicati in volume quest'anno da Einaudi (Il mestiere di grafico, *a cura di Paolo Fossati, scelta di scritti e immagini preparata da Lica, Luisa, Anna Steiner e Franco Origoni). Albe Steiner è sempre stato da grafico militante un sostenitore della professionalità alta, molto organizzata e articolata; ma per meglio arrivare al fruitore della comunicazione visiva. È stata la sua ossessione culturale, politica e anche poetica. Nell'introduzione al volume di scritti pubblicato da Einaudi, Paolo Fossati fa un'osservazione molto esatta sul mestiere di Albe Steiner: « Il mestiere del grafico, del progettista, trascende sempre, per Steiner, la stessa constatazione formale, che pone il grafico come produttore di oggetti e forme; l'esito non sta nell'oggetto, anche se esso è il luogo produttivo, perché l'oggetto organizza un piano piú vasto e piú complesso di relazioni e di dati ».*

Albe Steiner era uno dei piú straordinari e poetici costruttori di oggetti, di libri, di giornali, di manifesti; aveva una immaginazione incandescente e un senso esatto, scientifico dei materiali. La sua sensibilità per un segno, per un carattere, per un particolare fotografico, per il colore e per la relazione che essi stabilivano nello spazio era la sensibilità di un artista profondo e di eccezionale cultura (un misterioso, segreto cordone ombelicale legava l'immaginazione grafica di Albe Steiner a tutto un corso dell'arte contemporanea). Ma la sua genialità di grafico stava nell'intuizione e nel rinvenimento di quel piano piú vasto e piú complesso di relazioni e di dati che l'oggetto disegnato organizza intorno a sé, e che in certi momenti diventava la cosa piú importante e necessaria. Albe Steiner col suo disegno mirava a cambiare la vita, e il risvegliare nel fruitore il bisogno e l'immaginazione del cambiamento era per lui il fine primario. L'oggetto faceva da ponte,

ma non poteva esserci comunicazione visiva di massa che potesse essere inerte, tantomeno indifferente. La scoperta dell'indifferenza in un disegno rendeva furioso Albe Steiner. In quanto grafico partiva dall'economico, dalla produzione ma non sopportava la sterilità e l'indifferenza dell'immaginazione o la non conoscenza o la menzogna sul fruitore della comunicazione. Era capace di una scientificità, di una paziente costruzione del lavoro secondo le leggi della visione e della tipografia, di una attenzione profonda agli aspetti della cultura materiale del suo tempo; ma vedeva un ruolo positivo nella produzione per come e per quanto alimentava un processo di crescita collettiva. Che disegnasse in quel suo modo costruttivo fantastico o che liberasse la sua eccezionale passione didattica, era convinto che tutti i mezzi tecnici piú avanzati potessero essere inutili se perdevano di vista l'uomo e la sua liberazione. A questo proposito è singolare quale potenza profonda fosse la memoria di Albe Steiner proprio nell'intimo processo del dare forma grafico. Dico del suo antifascismo, dico della memoria del lager nazista: si capisce meglio il grafico Albe Steiner entrando con la sua grafica nella dimensione del terribile contemporaneo, in quel museo monumento per gli ex deportati politici razziali nei campi di sterminio nazisti realizzato a Carpi, nel 1964-73, in collaborazione con gli architetti dello studio B.B.P.R., per quella grandiosa ossessione visiva costruita con i caratteri dei nomi infiniti.
Albe Steiner era un uomo profondamente gioioso e costruttivo come artista e come marxista e aveva il potere di trasmettere questa sua gioia; ma era anche un uomo che non poteva assolutamente dimenticare. La sua gioia era cosí pura e il suo costruire cosí razionale e trasparente perché gioia e costruzione si liberavano da memorie terribili e dalla fatica quotidiana, instancabile del combattente rivoluzionario. Tutta la

produzione grafica piú esplicitamente politica, ad esempio i manifesti, prende forma dalla gioia e dalla razionalità costruttiva e mira a generarle anche nelle masse popolari; ma il lievito dell'energia è quella memoria delle lotte e del costo umano. Sono manifesti politici che andrebbero rivisti e meditati oggi che la comunicazione visiva di massa, anche politica rivoluzionaria, spesso sembra aver incorporato il grande numero, la grande serie, la riproducibilità all'infinito come un fatto di gusto del nostro tempo e dove la tecnica può giocare un ruolo decisivo in quanto sostitutivo. Su questo gusto, credo, Albe Steiner avrebbe avuto qualcosa da dire: dalla parte del progetto e dalla parte del fruitore. Non c'è un testo teorico organico di Albe Steiner sul disegno di un manifesto politico rivoluzionario; e questo credo perché, per Albe Steiner, l'intervento grafico col manifesto politico non era eccezionale, speciale; aveva una sua specificità ma scaturiva quotidianamente da tutte le posizioni di un grafico che anche nel disegno piú di consumo finiva per essere politico. Il manifesto politico corrisponde a un momento di aggregazione delle masse, alla necessità di fornire loro urgentemente un'informazione o un importante messaggio; ma non è graficamente, per Albe Steiner, un atto a parte: è la conseguenza fluida, razionale, visiva di tutto un fare, un progettare, un informare, un comunicare con l'ossessione culturale e politica del fruitore individuale e di massa e con il fine di aiutarlo a cambiare la vita proprio con l'informazione e con la comunicazione.

Un giorno, intervenendo a una riunione di operai in una fabbrica milanese per parlare del giornale di fabbrica, Albe Steiner disse una cosa molto chiara criticando il modo come i giornali di fabbrica, e non solo questi, sono graficamente disegnati. Disse tra l'altro: « Ora io credo, per la fotografia, che essa deve essere

qualcosa di piú che quello che c'è nei cartelli sindacali di protesta che rappresentano l'uomo che sta lottando: non dico di far la solita fotografia di folla, ma di arrivare a qualcosa di differenziato, cosí da guardarsi bene intorno, da tirar fuori quella immagine poetica, di poesia armata, che dovrebbe costituire una forma diretta, emotiva, documentata di quella che ognuno vive tutti i giorni nel profondo, nell'intimo e che bisogna comunicare, portare alla superficie anche con tutti i risentimenti di ognuno ». Qualcosa di differenziato. Guardarsi bene intorno. Un'immagine di poesia armata. *E aggiungeva per concludere: « Per fare veramente qualcosa di utile e anche per fare arrabbiare i borghesi che hanno bisogno proprio di essere presi a calci ». Per la mostra che c'è stata nel 1977 al Castello Sforzesco di Milano* (Albe Steiner comunicazione visiva) *ci furono in catalogo molti contributi critici interessanti; ma, credo, chi si avvicinò di piú alla fucina dell'immaginazione di Albe Steiner fu Michele Rago, là dove sottolineò come per questo grafico « ogni lavoro doveva recare anzitutto il segno della partecipazione piena, come nei momenti previlegiati della storia umana cui si rifaceva di continuo per ritrovare e giustificare entusiasmi e ottimismo ». Rago, come direttore di quel* Contemporaneo *seconda serie, che forse era andato graficamente assai piú avanti dello stesso* Politecnico, *conosceva bene entusiasmi e ottimismo di Albe Steiner. Sicché un'altra affermazione di Rago mi sembra molto vera: « Steiner, in fondo, aveva fede in quella mitica affermazione che risale a Rimbaud e che è passata attraverso i movimenti di avanguardia, per cui prepara un "linguaggio universale" capace di cambiare la vita. Ma, piú concretamente, egli lo collegava agli altri fattori di rinnovamento e, anzitutto, alla produzione e alle sue leggi. Dell'artista gli importava soprattutto il contributo diretto al dinamismo produttivo.*

All'impegno del produttore di oggetti deve unirsi l'impegno del produttore di segni, di tecniche, di linguaggi ». Come produttore di segni, di tecniche, di linguaggi Albe Steiner ci lascia un patrimonio prezioso, sterminato. Poi, c'è quel suo costante interrogativo, piú allarmante, sul fruitore della comunicazione di massa che può rivelarsi, alla fine, il vero committente sociale, magari inconsapevole e senza potere. Questo interrogativo accendeva l'immaginazione di Albe Steiner. Dovrebbe accendere anche la nostra.

Dario Micacchi

Roma, luglio 1978

Nota introduttiva

Perché questo libro

Riordinando l'enorme quantità di materiale (bozzetti, disegni, foto, impaginati di volumi, opuscoli, depliant, marchi, imballaggi, ecc.) lasciato da Steiner, e riguardando i manifesti realizzati nell'arco della sua intensa carriera di lavoro e di militanza politica, si è pensato a questo volume.
Il fatto che l'opera di Albe, in questo settore specifico del manifesto, riguardasse soprattutto quello politico e culturale ha poi permesso di ricostruire e di ritrovare nelle sue opere le ricerche, il travaglio, le istanze di rinnovamento, la lotta politica e quindi la vita e le speranze degli intellettuali e del popolo italiano degli ultimi trent'anni. Ma tutto ciò avrebbe avuto solo un valore storico, culturale o bibliografico se non ci fossero stati gli scritti che, stralciati da vari testi non specificamente inerenti il manifesto politico, sono la testimonianza di un impegno di lavoro rivolto non al passato o al presente ma al futuro, e anche una indicazione di un diverso modo di interpretare la comunicazione visiva di massa.
Steiner infatti, nei suoi scritti, pensa e si rivolge sempre ai giovani come speranza di un domani migliore;

quei giovani che dovranno costruire una nuova società in cui il progresso economico non uccida con le ferree leggi del profitto, ma aiuti tutti gli uomini a godere del benessere, della natura, delle conquiste dell'umanità, della cultura e quindi della libertà di poter essere liberamente esprimendo il meglio di sé. A questi giovani cerca di dare una metodologia di lavoro basata su una completa padronanza dei mezzi espressivi, su una solida cultura, su una ancor piú solida chiarezza di ciò che si vuole esprimere e sulle diverse reazioni e conseguenze che una immagine piuttosto che un'altra può provocare sul fruitore della comunicazione. È stato infatti tra i primi ad occuparsi dei problemi della « persuasione occramente lo stretto rapporto esistente tra cartellonistica, menti di una cultura alternativa di massa non legata al consumismo ma basata su criteri scientifici di percezione e di informazione.

La scelta degli scritti

Queste pagine, complemento necessario ma non sufficiente delle immagini, sono state affiancate alle illustazioni per poter dare al lettore la possibilità di comprendere, anche nella metodologia di lavoro, l'etica professionale e civile che le ha prodotte. Negli scritti di Steiner ritroviamo, ripetuti molte volte, gli stessi concetti in una continua ricerca di chiarificazione e di studio, in un costante bisogno di esprimere e di comunicare la curiosità del nuovo che lo portò a tentare sempre diverse strade espressive. In questo volume si è cercato di dare, in modo organico, la possibilità di conoscere quali fossero i concetti base di lavoro sul manifesto politico di Albe.
I testi qui raccolti provengono in gran parte dai diciotto fascicoli del corso pubblicato dalla scuola per

corrispondenza Accademia di Roma nel 1972, sulla *Storia e tecnica della cartellonistica*, studiati, scritti e impaginati da Albe e Lica Steiner; dagli appunti per il dibattito su « Propaganda e cultura » tenutosi a Trieste il 12 febbraio 1971; dagli articoli: *Formato cultura,* pubblicato dalla rivista *Parete,* n. 6, 1966; *CV e cavallo alato,* pubblicato da *Il Contemporaneo,* supplemento mensile di *Rinascita,* del 25 giugno 1966, dedicato a *Pubblicità: mito e concretezza*; *Grafica cubana,* pubblicato da *Linea grafica* nel 1972; *Grafica e fotografia*, pubblicato nel volume *Il Donatello*, guida all'istruzione artistica dell'Ente nazionale per le biblioteche popolari e scolastiche nel 1974; *Grafica, comunicazione visiva e comunicazione tecnica nei libri di scuola,* pubblicato sulla rivista *Riforma della scuola* del maggio 1966.

Come sono stati ordinati gli scritti

Gli scritti, tenendo conto della tematica di Steiner, sono stati raggruppati in paragrafi a ciascuno dei quali è stato dato un titolo indicativo dell'argomento trattato. Al testo di Albe non sono state fatte aggiunte né correzioni; si è cercato solo di legare i vari brani, estrapolati da contesti che non sempre riguardavano solo il manifesto politico, secondo concetti, in modo che il discorso fosse organico e rispecchiasse completamente il pensiero e la volontà di Albe.
Il progetto di fare una serie di monografie di vari settori della grafica (carte da lettere, manifesti, marchi, editoria, riviste, ecc.), « i miei libretti », non ha potuto essere da lui realizzato, per cui, purtroppo, non abbiamo un suo testo completo e organico sul manifesto politico; per commentare la sua opera, ci si è dovuti basare su concetti espressi in modo frammentario. Que-

sto fatto, come pure la provenienza essenzialmente didascalica dei brani, rende indubbiamente questo testo, se non apocrifo, certamente diverso da come Steiner lo avrebbe concepito in modo compiuto.
L'organizzazione degli argomenti, e quindi il peso di uno rispetto ad un altro, è infatti frutto del lavoro redazionale, mentre manca lo sviluppo che Albe avrebbe forse dato ad alcuni punti specifici sul manifesto politico, punti che a voce, in conferenze o a scuola erano stati da lui ampiamente dibattuti. Manca poi in queste pagine, e lo potranno facilmente riscontrare tutti coloro che ebbero a collaborare con Albe e che lo conobbero, quella polemica problematica e stimolante, a volte fatta di punte esagerate, quasi di « stecche », che spesso lo caratterizzava e che serviva a creare dibattiti costruttivi in una continua ricerca del nuovo e del meglio nel campo della comunicazione visiva al servizio dell'umanità.

Perché scritti e non solo immagini

Il fatto di aver riunito tutti gli scritti sul manifesto politico quale commento o accompagnamento alle immagini è il risultato dell'analisi del lavoro lasciato da Albe, un lavoro per nulla abbandonato al caso, come potrebbe apparire, ma dato dalla continua elaborazione delle nuove tecniche e del dibattito politico in cui nulla deve essere accettato supinamente. Albe rifiutava per sé, ma in genere anche per gli altri, il termine « artista » e « artista grafico » e amava essere chiamato semplicemente « grafico », termine da lui stesso importato in Italia, considerandosi proprio un lavoratore addetto allo studio di tutto ciò che, con vari processi (incisione, stampa, serigrafia, litografia, ecc.), viene riprodotto in varie copie. Amava considerarsi un tecnico specializ-

zato e un buon operatore di un mestiere imparato con lunghi anni di pratica e di studio.
Tutto questo, vedendo solo l'opera finita o al massimo gli studi, potrebbe sfuggire ai « non addetti ai lavori », ed è perciò parso essenziale il collage di testi o meglio di concetti da lui elaborati, che diventano un complemento necessario alle immagini. A questo va aggiunto che nel fare la scelta si è voluto tener conto della sua personalità, che rifuggiva da ogni tipo di esibizionismo artistico e da ogni formalismo.
Le sole immagini sarebbero potute apparire « belle o brutte », dare sensazioni diverse, provocare o stimolare pensieri e riflessioni, ma restare qualcosa da guardare, un mero fatto estetico. È pur vero che il manifesto, esposto nei contesti urbani ed extraurbani, viene considerato solo sotto questi punti di vista; ma la pubblicazione in un volume dell'opera di un autore impone un'analisi diversa del complesso dei lavori, sia come contenuti che come forma. Tutto ciò è ben noto a chi si occupi di comunicazione visiva e conosca le regole della percezione, della visione, del colore ecc.

Importanza della didattica

Si è già detto che questo volume voleva essere un riconoscimento ad Albe non solo come grafico ma anche come teorico della comunicazione visiva. Non si è voluto concedere nulla all'estetismo, non è stata fatta una scelta delle sue opere « più belle », ma la raccolta di quanto abbiamo ricercato e potuto catalogare dei suoi manifesti politici, belli e brutti, riusciti e non, sofferti e entusiastici, partecipati o forzati, con caratteri, stili e impostazioni grafiche diversissime, che indicano una continua ricerca espressiva e una versatilità e fantasia non comuni. E non volendo conce-

dere nulla al formalismo e all'estetismo, è venuta naturale la scelta di aggiungere questo testo che, forse, proprio anche perché frammentario e didascalico, rispecchia la profonda fiducia di Albe nella didattica.
Non a caso, infatti, gran parte del suo tempo è sempre stato dedicato alla scuola, quella scuola che lui aveva dovuto farsi da sé per mancanza di strutture e che volle creare per preparare le nuove generazioni ad affrontare un mondo in continua evoluzione. Pure secondo un criterio didattico sono stati raggruppati i manifesti, in ordine il piú possibile cronologico, secondo temi. Si può cosí facilmente osservare la versatilità e la fantasia di Albe che, mantenendo uno stile ben preciso e inconfondibilmente legato al movimento moderno, trova sempre nuove soluzioni che tengono però conto sia del « committente », cioè delle ragioni storico-politico-culturali che le hanno provocate, che del « fruitore » del messaggio che deve essere comunicato. Tutto ciò si può notare osservando con attenzione manifesti con lo stesso tema o realizzati contemporaneamente e per la stessa occasione, ma per gruppi di matrice ideologica diversa. Prendiamo, ad esempio, quelli fatti dopo l'uccisione di Allende, per il Movimento studentesco di architettura di Milano e per il Partito comunista italiano. Può apparire strano e contraddittorio il fatto che una stessa persona, con una convinzione politica cosí radicata e approfondita di anno in anno da una militanza continua e appassionata, abbia progettato i due manifesti. Ma Albe, da vero marxista e militante antifascista, criticò, ma anche comprese e si rese partecipe delle reali e giuste istanze giovanili. Confrontiamo il manifesto del Movimento studentesco di architettura di Milano e quello del Partito comunista italiano con Allende e la bandiera cilena. Nel primo il pugno chiuso, simbolo di rabbia e di rivolta, quel pugno divenuto momento unificante di tutti i gruppi politici giovanili, è messo in particolare

evidenza, mentre nel secondo testo e immagine si bilanciano, secondo le regole della « divina proporzione » di Leonardo, che Albe non abbandonò mai, in modo da dare risalto anche a quella politica unitaria del partito comunista portata avanti quasi con le stesse parole d'ordine fin dai tempi dell'antifascismo e della Resistenza. Due modi diversi di impostare un manifesto, due modi diversi di esprimere solidarietà e sdegno che corrispondono perfettamente a due modi di essere di Albe, fiero antifascista e comunista militante.

Sono state qui riportate, accanto ai manifesti, le mostre a tema. È questa una formula « inventata » da Steiner, per permettere la facile circolazione di idee politiche e culturali con una minima spesa.

La mostra, studiata globalmente con una rigorosa sequenza logica e con pannelli quasi sempre numerati, per impedire eventuali confusioni, composta da una serie di manifesti di unico formato, con la stessa « gabbia », stessi caratteri, colori e dunque stessa impostazione grafica generale, poteva, infatti, stampata in molte copie, essere spedita, senza difficoltà, nelle varie sezioni di partito e nelle varie città, anche contemporaneamente. La semplicità di allestimento dei manifesti stampati su cartoncino, su pannelli o pareti anche con semplici puntine da disegno, in spazi chiusi o aperti, la praticità del trasporto e il fatto di essere dei « multipli » fecero di queste mostre dei veri e propri strumenti didattici di massa.

Sempre secondo un criterio didattico sono stati raggruppati i manifesti della Cooperativa Rinascita e del Movimento studentesco di architettura di Milano, realizzati in collaborazione con allievi e studenti e sotto le sue direttive, ma non da lui soltanto. La scelta è stata motivata dal fatto che questi cartelloni sono stati momenti importanti nell'evoluzione grafica di Albe.

Cosa significavano per Albe la cultura e la storia

Steiner era profondamente convinto che, senza scuola, cioè senza solide basi storiche, culturali e scientifiche, non fosse possibile affrontare il mestiere del grafico proiettato nel futuro. Il continuo progresso tecnico-scientifico dei mezzi di stampa, le piú approfondite conoscenze biofisiche della visione, la civiltà dei consumi continuamente alla ricerca del « nuovo » avevano ormai reso, secondo Albe, impossibile la formazione di autodidatti; sentiva invece sempre piú la necessità di scuole adeguate ed efficienti nel preparare veri e propri tecnici consapevoli.
Tutto questo è chiaramente espresso nei suoi scritti, in cui non si stanca di ribadire che non sono le « trovate » che definiscono buone le opere di un grafico, ma la paziente costruzione del lavoro secondo le leggi della visione e della tipografia. Ma la tecnica, l'inventiva, l'espressività, la capacità di sintetizzare visivamente un argomento non bastano senza una profonda conoscenza dei temi da trattare e della storia e della cultura di chi deve recepire il messaggio, perché quanto piú una comunicazione è legata al mondo di chi ne deve fruire, tanto piú è immediatamente assimilata. Per questa ragione, cioè per essere fedeli a questa concezione del grafico tante volte espressa e ripetuta da Albe, sono state incluse, tra gli scritti qui riportati, parti riguardanti anche la storia del manifesto politico.

Gli scritti non sono che accenni: l'importanza sta nelle opere realizzate

Albe, però, nonostante fosse profondamente convinto della necessità e dell'importanza della didattica, non scrisse molto. Pennarelli, acquerelli, biro, matite, ecc.

finivano sempre col sostituire la macchina da scrivere. Anche facendo lezione, raccontando o spiegando, spesso la matita correva sui fogli di carta per illustrare con le immagini i pensieri e i concetti che veniva esprimendo. Infatti l'importanza della sua opera sta indubbiamente nelle sue realizzazioni.
Ciascun individuo ha un suo modo di esprimersi, il modo che gli è più consono, per raccontare di sé o degli altri: le parole, gli scritti, i gesti, alcuni tipi di lavori manuali. Albe esprimeva se stesso nelle sue opere grafiche, coinvolgendo continuamente i suoi interlocutori. L'immediatezza dei messaggi è più evidente, forse proprio per questo, nei lavori in cui si sentiva coinvolto culturalmente o politicamente e, spesso, proprio quelli più efficaci e sentiti sono stati eseguiti di slancio e proposti da lui perché venissero stampati per coinvolgere l'opinione pubblica.

Differenza tra la polemicità di Steiner e la didatticità del testo sul manifesto politico

Un'altra peculiarità di Albe, ben conosciuta dai suoi amici e collaboratori, era il fatto di mettere sempre in discussione il suo lavoro, di chiedere giudizi e pareri a tutti, competenti e non, per poter migliorare i suoi messaggi. Riportiamo la trascrizione degli appunti per l'introduzione ad una conferenza-dibattito su « Propaganda e cultura », tenutasi a Trieste il dodici febbraio 1971, con presentazione di alcuni suoi lavori eseguiti per il movimento operaio: « Ringrazio il compagno Vidali di avermi dato l'occasione d'avere uno scambio di idee e di sentire la vostra critica su alcuni lavori che ho fatto per il movimento operaio. Lo scopo di questo incontro è quindi quello di raccogliere le vostre opinioni per migliorare la propaganda del movimento operaio

ed in particolare quella dell'organizzazione politica d'avanguardia di tutti i lavoratori nella realtà della lotta di classe delle grandi masse antifasciste: accrescere quindi continuamente il valore dei contenuti del marxismo come valore di cultura del nostro tempo, che va diffusa attraverso la propaganda creativa di alto livello innovatore ».

Questa metodologia, questo chiedere sempre: « Cosa ne pensi? Ti piace? Che effetto ti fa? Ti pare giusto? », come pure il discutere, prima di cominciare un lavoro, i contenuti, gli slogan, ecc., e modificarli con lunghe conversazioni, era una sua abitudine, quasi fosse sempre dubbioso del suo operato, anche quando agli altri appariva piú sicuro di sé, in un continuo rispetto delle altrui personalità e in una continua ricerca di comprendere per farsi comprendere.

Questo confronto con tutto e con tutti e questo coraggio di ricercare l'opinione, non sempre favorevole, degli osservatori delle sue opere lo aiutò ad imboccare strade espressive d'avanguardia, che non furono mai disgiunte dalle sue scelte culturali, morali e politiche.
Abbiamo già accennato al fatto che in questi scritti manca la parte polemica di Albe, cioè quello stimolo continuo alla discussione di ogni cosa che riguardasse sia il lavoro nelle sue parti piú tecniche che la linea politica.

Per ricordare questo aspetto del suo carattere riportiamo una lettera scritta in risposta ad un articolo:
« La Mediterranean Press Service, International New Agency, Sezione artistica e culturale, pubblica a pagina sei del numero quattordici del suo bollettino, in data cinque aprile, una nota sulla pittura pubblicitaria in Polonia, a proposito di una recente rassegna del cartellone pubblicitario e propagandistico polacco. Delle ventun righe della nota, dieci sono di carattere offen-

sivo, soprattutto per chi le ha scritte. Questa sarebbe stata una buona occasione per trarne spunto di attenta osservazione, di studio e di critica.

Se si pensa alle difficoltà che incontra ogni artista serio nel presentare oggi un cartellone con dei contenuti morali validi, qualsiasi pubblicazione che si proponga di affrontare un argomento cosí difficile dovrebbe essere considerata nel suo giusto e legittimo valore.

Chi ha scritto quella nota certamente non ha pensato a cosa significava Varsavia nella vera storia degli uomini liberi! Non ha pensato al rispetto che si merita questo popolo che ha tanto e vittoriosamente lottato contro il fascismo e il nazismo in tutte le sue forme, comprese quelle della propaganda e del cartellone pubblicitario!

Si riveda serenamente, chi ha scritto quella nota, i cartelloni numero 2, 4, 6, 12, 13, 14, 16, 21, 22, 23, 25, 28, 30, 34, 36, 39, 46, 48, 50, 60, 63, 65, 66, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 81, e se veramente sarà animato da desiderio di leale progresso non potrà non riconoscere che la ricerca degli artisti polacchi per migliorare il loro lavoro è seria ed onesta, che lo standard è molto elevato e che talune opere sono veri capolavori del genere, che meritano di essere ancor piú conosciuti, studiati ed apprezzati. Si riveda l'ignorante che ha scritto la nota il cartello numero 81, *Una réclame americana di scarpe*, e se ha ancora un po' di cuore non potrà non ricredersi su ciò che ha scritto.

Altro che paragoni col nazismo! Nel cartello di Lengren Zbigniew c'è un appello accorato agli onesti di tutti i paesi perché lottino contro certe miserie e perché non esistano piú certe brutture, comprese le note dell'agenzia Meps sulla pittura pubblicitaria in Polonia ».
Queste righe ci sono sembrate indicative del suo modo

di affrontare i problemi e del suo essere intransigente, da molti considerato « troppo moralista » nell'operare e nel vivere; quell'intransigenza che lo faceva scattare di fronte a piccole e grandi ingiustizie o scorrettezze in modo, a volte, così violento da parere esagerato a chi non si prendesse la briga di esaminare i fatti con la dovuta cura.

Gli studi

Accanto alle realizzazioni dei manifesti di Steiner, abbiamo pensato che fosse utile ed interessante presentare degli studi.

Anche di questi non è stata fatta una scelta estetica o tecnica, ma sono stati riprodotti buona parte di quelli rimasti tra i suoi lavori.

Il fatto che siano così pochi potrebbe apparire strano o curioso, soprattutto ai conoscitori delle abitudini e della metodologia di lavoro di Albe che, per ogni cosa, copertine, giornali, impaginati, marchi, imballaggi, ecc., e naturalmente anche manifesti, era solito fare numerosissimi studi tra cui scegliere, con i collaboratori, la soluzione migliore.

Gran parte di questo notevole lavoro è rimasta perché, in genere, i bozzetti o venivano fotocopiati, oppure, dopo la stampa, erano restituiti dai vari committenti, cosa che però, purtroppo, non si è quasi mai verificata per le realizzazioni di tipo politico.

Queste, e in particolare i manifesti, proprio per il loro specifico carattere, dovevano essere realizzate in tempi limitati e ristretti e spesso, come si è detto, discutendone le tesi e gli slogan con i collaboratori, che poi, o per fretta o per dimenticanza, ne trattenevano gli studi elaborati.

La maggioranza di questo materiale dunque è andata perduta, ed è stato difficile anche raggruppare le poche cose rimaste, quale piccolo esempio indicativo del lavoro svolto.

Luisa Steiner Rollier

Milano, ottobre 1977

Il manifesto politico

Breve storia del manifesto politico

Il periodo che oggi viviamo è quello chiamato della scrittura fonetica o del suono. Ogni parola che si pronuncia è formata da un certo numero di suoni ed ogni suono a sua volta diventa segno di scrittura; l'idea quindi è espressa per mezzo di parole.
Con l'avvento della scrittura comincia la storia del manifesto, sia politico che pubblicitario, ed è sorprendente notare come essa affondi le sue radici nei secoli. Il piú antico avviso che sia giunto fino a noi è un papiro egiziano rinvenuto a Tebe, che invita i lettori a dare notizie su uno schiavo fuggito, offrendo una ricompensa a chi permetterà di catturarlo. Esso risale a circa 3.000 anni avanti Cristo. Allo stesso periodo si riferiscono alcune insegne di pietra, che portano incisi disegni e scritte, trovate in Mesopotamia. Furono usate da commercianti di vino e di granaglie e da pubblici scrivani, per richiamare l'attenzione del passante sulla loro attività. Analoga funzione ebbero in Grecia tavole di pietra (*axones*) e rotoli di legno incisi.
A Roma la pubblicità e la propaganda ebbero un grande sviluppo e trovarono nuove forme espressive e di diffusione, una delle quali — quella degli albi — è stata

ripresa anche ai giorni nostri. Gli albi, infatti, erano degli spazi bianchi (*albus* in latino significa appunto bianco) sui muri, situati nei punti di maggior traffico. Essi venivano suddivisi in rettangoli della stessa grandezza, su ciascuno dei quali si scrivevano a grandi lettere, con il carbone o con la tinta rossa, comunicazioni commerciali o di pubblico interesse, cosí come oggi su analoghi spazi si affiggono, per esempio, i cartelloni della propaganda elettorale. Ma gli albi non esclusero altre forme di propaganda e di pubblicità, a cominciare da quella orale, affidata al banditore, e da quella incisa su tavole di pietra o di legno o addirittura di bronzo, per finire alle insegne dei negozi.
Durante il medioevo, almeno fino al quindicesimo secolo, la propaganda fu svolta esclusivamente dai detentori del potere. Si ha notizia infatti soltanto di manifesti emanati dalla Chiesa e dai governanti dei vari Stati.
La Chiesa prometteva le indulgenze che garantivano ai fedeli il regno dei cieli e lo rendeva noto anche con manifesti attaccati alle porte delle cattedrali.
I vari Stati emettevano invece ordinanze per il reclutamento nell'esercito.
In Francia i manifesti di questo tipo cominciavano con la scritta « De par le roi » (in nome del re) e continuavano indicando a grandi lettere il corpo dell'esercito che bandiva l'arruolamento. Spesso avevano un titolo suggestivo che suonava come un invito, per esempio: « Avviso alla bella gioventú ». Gli scritti in questione, ecclesiastici o statali, erano comunemente arricchiti da fregi.
Intorno al 1436, il tipografo tedesco Giovanni Gutemberg iniziò gli esperimenti che dovevano portarlo, nel 1440, all'invenzione dei caratteri mobili, cosa che diede un grande incremento alla diffusione dei testi stampati. In quest'epoca si ebbero sostanzialmente due tipi di

manifesti: gli uni destinati a far pubblicità alle fiere, alle sagre, alle attività commerciali, in netta ripresa in tutta l'Europa; gli altri a rendere note ordinanze reali e avvisi ecclesiastici. In questo periodo e in seguito per molto tempo ancora, finché la produzione in serie dei beni di consumo non diventerà maggiore della loro richiesta, nel manifesto predominano i caratteri a stampa e solo raramente ci sono illustrazioni: tutt'al piú viene inserito qualche fregio, e questo perché i manifesti sono cosí rari da costituire di per sé un'attrazione. Sono infatti ancora molto impiegati i banditori che annunciano avvenimenti pubblici e spettacoli o descrivono pregi e utilità dei prodotti.
Questi due modi di comunicazione continueranno a coesistere a lungo, e in un certo senso il banditore esiste ancora ai nostri giorni, sia pure con l'adozione di mezzi piú moderni. E che cos'è se non un banditore in grande stile lo speaker della radio o della TV?
Nel XVIII secolo la propaganda, ma soprattutto la pubblicità, con i manifesti hanno un netto incremento e ne abbiamo una serie di testimonianze.
Da allora questa forma di comunicazione visiva ha percorso una lunga strada e si è sviluppata tanto da render necessaria una regolamentazione che imponga un certo ordine a questa « invasione stradale ». Con la civiltà industriale nasce e cresce la classe operaia, che si presenta con le sue esigenze di diffusione del messaggio rivoluzionario che, se rispondente al suo contenuto, porta a soluzioni formali diverse e di grande importanza. L'ambiente economico e politico favorisce e provoca, infatti, movimenti e correnti artistiche rivoluzionarie anch'esse; come pure influiscono sulla cartellonistica la diffusione di nuove tecniche, la litografia, la cromolitografia.
Cosí, nel XIX secolo, soprattutto in Francia, anche i pittori cominciarono a interessarsi della comunicazione

visiva di massa e produssero manifesti che restarono nella storia della cartellonistica come opere fondamentali. I movimenti artistici sono in questo periodo i protagonisti di una serie di rivoluzioni che non hanno solo un carattere estetico, ma rispecchiano il clima economico, politico, sociale e culturale allora esistente.
Gli artisti si liberano dell'accademismo e, sentendo il bisogno di una maggiore libertà, escono dal chiuso dei loro « studi » per partecipare alla vita sociale. In Francia le esperienze figurative piú avanzate, dal naturismo all'impressionismo, non dànno origine soltanto a nuove forme visive, ma costituiscono un nuovo modo di partecipazione attiva agli avvenimenti e si collegano cosí alle esigenze delle masse popolari. Si abbandona ogni interpretazione accademica della realtà, basata su schemi fissi; si sostiene che la libertà individuale e una maggiore autonomia permettono agli artisti di rivelarsi in modi diversi, comunque piú legati alla realtà sociale. Questo rinnovamento dell'arte, sotto nomi diversi, si sviluppò nei vari paesi d'Europa, dalla Francia alla Germania, all'Inghilterra, all'Italia, propagandosi poi agli Stati Uniti d'America, e fu rispettivamente definito Art nouveau, Jugendstil, Liberty, Floreale o Modern style. In seguito altri movimenti contribuirono al rinnovamento del gusto; ed abbiamo a Parigi, nel 1906, il movimento cubista; nel 1910 il futurismo in Italia; nel 1913 a Mosca, in Russia, il suprematismo, e ancora il costruttivismo, l'astrattismo; poi a Leyden, in Olanda, nel 1916, il gruppo De Stijl; e ancora il dadaismo a Zurigo, in Svizzera; l'espressionismo in Germania, ecc., che sono altrettanti centri di ricerca di uno stile, sia per le arti che per la cartellonistica.
Ma uno degli elementi destinato a modificare, anzi diremo a rivoluzionare, l'estetica del manifesto sarà l'invenzione della fotografia, che entrando prima timidamente, e quasi al seguito della pittura, ma poi con

sempre piú autonomia di espressione, aprirà nella storia della comunicazione visiva nuove possibilità, per cui il procedimento fotografico con le sue tecniche diventerà un valido strumento al servizio dell'immaginazione creativa.
In Germania John Heartfield, anche in collaborazione con George Grosz, pittore noto per le sue opere violentemente satiriche dirette contro la borghesia, usa tra i primi lo strumento fotografico per i suoi manifesti politici. È nel novembre del 1918, durante i moti rivoluzionari che ebbero luogo in Germania, che i migliori pittori e grafici tedeschi si dedicarono all'ideazione di manifesti, dimostrando con le loro opere, sempre artisticamente valide, l'importanza del rapporto tra forma e contenuto. Steinlen, Richter, Kollwitz, Grosz, Heartfield e altri consegnarono cosí alla storia del manifesto piú di un capolavoro.
Non è un caso dunque che questi artisti di avanguardia siano stati dei rivoluzionari anche nella loro attività sociale, e abbiano attivamente partecipato alla vita politica, dando il meglio di sé alla lotta per il rinnovamento non solo delle arti, ma della società. Questo loro atteggiamento si rifletté anche nella attività cartellonistica, che mostra taluni aspetti e obiettivi della lotta delle masse. La tecnica da essi usata, le caratteristiche del segno, come le linee spezzate, l'adozione della fotografia, appaiono in armonia con i contenuti che debbono propagandare, ottenendo risultati assai convincenti.
Nel 1919 in Germania nacque dalla fusione di due istituti di istruzione artistica della Sassonia il Bauhaus, che divenne in breve uno dei piú vivi centri culturali non solo tedeschi ma mondiali, assumendo nel suo ultimo periodo di esistenza anche un importante significato politico. L'insegnamento che vi veniva impartito, partendo dal concetto che la tecnica deve essere posta al

servizio dell'uomo, si proponeva di sviluppare la conoscenza, basandosi sul piú rigoroso realismo, nell'intento di utilizzare tutte le risorse per il progresso e il benessere dell'umanità.
Tra i docenti del Bauhaus vi furono uomini come Kandinskij, Paul Klee, Mies van der Rohe, Gropius, Hannes Meyer ed altri, provenienti da vari paesi, che costituivano un'avanguardia internazionale in grado di esercitare una influenza profonda e innovatrice su tutta la cultura moderna.
Con la sconfitta del movimento rivoluzionario in Germania e la conseguente repressione, culminante pochi anni dopo con l'avvento del nazismo, alcuni di questi artisti furono costretti ad emigrare, ma restarono fedeli alle loro idee. Le opere che essi crearono sono entrate nella storia della cartellonistica come esempi di una raggiunta armonia di forma e contenuto.

Funzione sociale del manifesto

Il valore del manifesto, quindi, non potrà piú essere quello classicamente definito dalla critica artistica, ma dovrà rispondere ad una sua precisa funzione formativa delle coscienze.
Dalla breve storia del manifesto, infatti, appare chiaramente lo stretto rapporto esistente tra cartellonistica, come parte della comunicazione visiva, e storia dell'umanità, non solo intesa come storia delle arti, ma in senso generale come storia sociale, economica, politica. Oggi le piazze, le vie, i mezzi pubblici di trasporto, gli ingressi dei teatri, degli alberghi e dei luoghi di pubblica riunione, i negozi, le autostrade, insomma ogni luogo dove gli uomini passino o si radunino, sono invasi dalle immagini. L'individuo, in ogni attimo della sua vita, è consigliato, spinto, invitato, intimorito, solleci-

tato da messaggi visivi che vorrebbero determinarne le azioni.
Il capitalismo, per difendersi e per vivere, ha bisogno di « clientela », in tutti i sensi, da un punto di vista economico cosí come da un punto di vista politico e culturale; ma lo sviluppo industriale porta in sé anche lo sviluppo della classe operaia, che si pone a sua volta come protagonista della storia. Anche il manifesto si inserisce in questa realtà, nel campo della comunicazione visiva, con una funzione determinante, perché capace di portare alla luce le contraddizioni esistenti all'interno della produzione e della società e di favorire nuove soluzioni dei problemi sociali, soluzioni che a loro volta influiranno sullo sviluppo della cartellonistica, suggerendo ad essa, inseme ai nuovi contenuti, anche le nuove forme piú adatte ad esprimerli, come è sempre avvenuto nell'ininterrotto progredire della umanità.

Le classi sociali e la percezione visiva

Il manifesto dunque è una delle piú usate forme di comunicazione visiva ed è nostro compito capirne la natura e gli scopi, conoscerne le forme e la tecnica di realizzazione.
In questi ultimi anni il livello culturale medio è enormemente salito, soprattutto in relazione alla diffusione sempre piú estesa e capillare di strumenti informativi di massa. La pubblicità, con le sue forme visive, con i suoi slogan, con le sue scritte, diffonde un linguaggio figurativo e parlato uguale per ogni luogo (campagna, città, nazioni diverse). Ciò contribuisce ad unificare culture diverse ed ha in questo senso un effetto sociale positivo, superando barriere e sollecitando una piú rapida comunicazione tra gli uomini.

È però anche noto come questi mezzi d'informazione fondino i loro messaggi, in modo quasi esclusivo, sulla cosiddetta divulgazione scientifica, senza peraltro permetterne una lettura critica. Il risultato piú evidente di questo fenomeno è che oggi quasi tutti posseggono una strumentazione intellettuale vasta (linguaggio, lettura sia delle immagini che delle scritte con l'aiuto della TV, del cinema, dei manifesti, ecc.) ma apparentemente inutilizzabile; succede che l'utilizzazione di questo vario repertorio di pensiero « scientifico » è possibile soltanto, quasi in termini « magici », a coloro che lo raccolgono al fine unico del consumo e in generale della perpetuazione del loro potere.
I manifesti per la propaganda sociale e culturale tengono invece conto del livello culturale nel quale si inseriscono e usano generalmente un linguaggio corrispondente alle diverse situazioni; tuttavia, il cartellonista non dovrà adeguarsi al livello esistente, ma cercare, attraverso le opportunità di cui la sua opera dispone (nuove forme di comunicazione visiva, in seguito all'applicazione conseguente e consapevole delle nuove tecniche, uso della fotografia e uso di un linguaggio attuale), di elevarlo, stimolarlo, arricchendo e ampliando il campo delle conoscenze.
La differenza tra ambiente urbano e ambiente contadino non consiste soltanto nella maggiore sollecitazione di comunicazioni visive, nel traffico piú sviluppato, ma anche nel diverso modo di vita, e quindi nella diversa ricettività e rapidità di percezione da parte dell'utente, perché diverse sono le condizioni sociali, ambientali, culturali e di tradizione. Se un manifesto deve essere diffuso in una zona ad economia agricola arretrata, bisognerà contenere il testo in concetti chiari e brevi; l'immagine dovrà essere elemento reale e dovrà aprire orizzonti piú vasti. Queste considerazioni sugli ambienti

nei quali i manifesti andranno ad inserirsi valgono sia per quelli da vedersi in movimento, che per quelli da guardarsi e leggersi da fermi.

L'affissione

Il modo di elaborare un cartellone che dovrà essere visto da fermi e quello di elaborare un manifesto che dovrà essere visto da un mezzo in movimento, o esso stesso mobile, dovranno essere diversi.

Dice Engels: « Lo spazio e il tempo sono le forme di esistenza della materia, non sono naturalmente nulla senza la materia; sono nozioni vuote, astrazioni che esistono solo nella nostra testa ». Questi concetti, se sono separati dai loro fenomeni concreti, non hanno realtà. Spazio e tempo non esistono in sé, ma solo come « forme di esistenza della materia ». Anche gli animali hanno intuizioni spaziali e temporali, che si sono formate e sviluppate in relazione alla loro necessità di sopravvivenza. Ad esempio, l'uccello rapace vede la sua preda da grandi altezze, e la sua visione è verticale, mentre ha una scarsa visione orizzontale; da vicino, infatti, la preda gli è poco visibile, esce dal suo spazio.

Lo spazio di questi animali è a forma di pan di zucchero, come un cono. Le strutture spaziali, cioè le forme del campo visivo degli esseri viventi, non sono dunque semplici riproduzioni di quanto oggettivamente c'è, ma si formano in rapporto ai bisogni della vita, alle abitudini e alle possibilità dei vari esseri viventi.

E il modo di comunicare dell'uomo nella società si basa sia sul linguaggio parlato, sia sul linguaggio visivo: immagine, forma, espressione delle cose e dei vari concetti.

Del resto, comunicare con immagini era già cosí importante nella Francia dei primi anni del XVIII secolo che nel 1772 fu stabilito da parte del corpo degli attacchini, che per appartenervi dovevano dimostrare di saper leggere e scrivere, il regolamento per l'affissione dei manifesti. Una legge francese del 1791 stabilisce che la stampa in caratteri neri su carta bianca deve essere riservata ai manifesti promulgati dalle pubbliche autorità; infine, una legge del 1818 impone una tassa, sottoforma di marca da bollo, da applicarsi su tutti i manifesti affissi sui muri di Parigi. Sempre in Francia, una legge del 1881 regola i diritti e le condizioni per l'affissione. Leggi analoghe a quelle francesi sono entrate in vigore negli altri paesi, ivi compresa l'Italia.

La nostra èra vede il trionfo della comunicazione visiva, sia, come abbiamo già detto, per lo sviluppo delle tecniche che permettono la riproducibilità dell'immagine, sia per l'attuale grado di sviluppo del capitalismo, che si serve di tutti gli strumenti della visualizzazione (cinema, TV ecc.), e del manifesto in particolare, per incentivare i consumi.

Ma la visione è il risultato della trasformazione degli stimoli sensoriali trasmessi al nostro cervello con segnali e impulsi nervosi che ci dànno poi la realtà del mondo esterno. Questi fattori si integrano anche con i fattori fisiologici, psichici e somatici del lettore.

Il cartellonista dovrà dunque essere, secondo noi, sempre consapevole degli effetti sociali del manifesto e dovrà saper comunicare per mezzo del contenuto e delle forme.

Possiamo pure comprendere che se un manifesto non sarà affisso in piena luce, o se un dettaglio avrà peso

superiore all'elemento essenziale, o se lo dovremo vedere in movimento, quindi in un breve lasso di tempo, ed avrà scritte troppo piccole, o se l'immagine, lo slogan non avranno un rapporto di colore contrastante con il fondo e la superficie del cartellone, la funzione del manifesto stesso sarà ridotta, perché il pubblico non afferrerà il messaggio con rapidità sufficiente.

Dimenticare uno, due o più di questi elementi significa ridurre la visibilità della comunicazione visiva, richiedendo al pubblico un'attenzione maggiore, anche solo per la prima percezione della comunicazione visiva.

Informazione pubblica e mostre a tema

Analizzando la civiltà industriale, abbiamo sottolineato come la crescita della classe operaia presenti le sue esigenze di propaganda e di diffusione del messaggio rivoluzionario, e come questo, se rispondente ai suoi nuovi contenuti, porti a soluzioni formali diverse da quelle con funzioni essenzialmente pubblicitarie.

In relazione a questo particolare aspetto dell'attività di grafico, per quanto riguarda in modo specifico l'informazione di pubblica utilità e diffusione culturale, bisogna poi sottolineare il pericolo che deriva dall'introduzione di elementi puramente decorativi, che, distraendo l'attenzione, falserebbero la chiarezza e l'incisività del messaggio.

Sul piano dell'informazione di pubblica utilità, vanno sottolineate le notevoli possibilità che si offrono oggi al grafico in materia di progettazione del cartellone didattico — fino ad ora troppo trascurato — e delle « mostre a tema », consistenti in una serie di manifesti concepiti quali altrettanti capitoli del tema da visualizzare.

Ma si può fare propaganda anche a un bene di consumo, come è stato fatto in Italia tempo fa per il latte e come si sta facendo attualmente per i surgelati. Propaganda e non pubblicità: nel senso che si vuole modificare un certo atteggiamento mentale, una certa idea corrente nei confronti di una qualsiasi merce, prima ancora di indurre all'acquisto di un prodotto di una determinata marca. In questi casi la propaganda precede la pubblicità o l'affianca.

In genere, la propaganda riguarda tuttavia piuttosto argomenti di carattere culturale, sociale o politico che non argomenti di carattere commerciale. Possiamo dire, per chiarire ancora meglio il concetto, che si fa propaganda a favore di un partito politico o di un principio, o viceversa per mettere in guardia contro un pericolo, — ad esempio per promuovere l'educazione sanitaria tra la popolazione o per limitare gli infortuni stradali, — mentre si fa pubblicità a un oggetto di consumo, sia esso un'automobile o un detersivo, o anche uno spettacolo.

La pubblicità è dunque figlia della concorrenza: essa è nata nel momento in cui l'offerta di un bene di consumo ha superato la richiesta e, come giustamente è stato detto, « è l'anima del commercio ».

La propaganda, invece, ha avuto un enorme sviluppo con l'espandersi della democrazia, perché tende a conquistare il consenso dell'opinione pubblica. Strettamente collegato con lo sviluppo della democrazia è anche il vertiginoso aumento della quantità di informazioni messa a disposizione dell'uomo moderno. Di queste informazioni, più o meno manipolate, la pubblicità e la propaganda si servono spesso per i loro fini: non a caso coloro che promuovono una campagna propagandistica

o pubblicitaria sono stati definiti con il termine di « persuasori occulti ».
Ecco quanto afferma in proposito Vance Packard nei *Persuasori occulti*: « L'attuale interesse per i moventi del pubblico, la ricerca di una scienza del comportamento sono qualcosa di piú di una moda. È lecito prevedere che la RM (ricerca motivazionale) diventerà di anno in anno piú importante, poiché essa risponde alle esigenze del mondo commerciale nate dalla profonda trasformazione che la società americana ha subíto negli ultimi due decenni ». E piú avanti: « Come si deve giudicare questo immenso sforzo di persuasione dal punto di vista dell'etica nazionale? Che cosa significa, sul piano morale, l'opera che questi numerosissimi, influentissimi manipolatori vanno svolgendo nella nostra società? ».
Possiamo dire che si è verificato che tale tecnica specifica è un importante strumento ideologico in mano all'industria, per creare nelle classi sottomesse falsi bisogni, insieme con l'illusione di poter modificare la propria condizione di sfruttamento attraverso un fragile benessere. È chiaro pertanto che il modo, la forma che bisogna adottare per la propaganda devono essere in un certo senso assai piú elaborati; il cartellonista infatti deve essere piú direttamente responsabile della sua opera di fronte alla collettività. La sua opera deve differenziarsi da ogni altra pubblicità, dalla invasione dei manifesti pubblicitari, dalle insegne, dai segnali stradali, ecc., e nello stesso tempo deve utilizzare mezzi adeguati al tema.

Informazione, propaganda, pubblicità

La propaganda sociale ha quindi, come dice la parola stessa, il compito di divulgare e far conoscere quanto è

di interesse della collettività. Il campo è in questo caso vastissimo, dalle scuole all'assistenza sanitaria, alla diffusione della ideologia di partiti politici agli avvenimenti pubblici, alla diffusione di determinati servizi, di spettacoli, di esposizioni, all'educazione stradale, ecc. Abbiamo sottolineato la differenza che esiste, nell'elaborazione del manifesto, tra la persuasione (che induce il soggetto a compiere, poniamo, la scelta di un prodotto di una certa marca piuttosto che di un'altra) e quella invece diretta verso gli obiettivi di natura sociale o culturale, che spinge cioè il soggetto alla riflessione. Abbiamo poi ricordato insieme l'informazione, la propaganda e la pubblicità, perché, pur essendo diverse nella loro essenza, esse si servono degli stessi mezzi, dai giornali al cinema, dal materiale illustrato alla radio e alla televisione, e anche al cartellone o manifesto.

Propaganda e cultura

Nella critica alla propaganda vi sono due criteri: quello politico e quello estetico o artistico. Qual è il rapporto tra questi due criteri? La politica può identificarsi con l'arte?
È certo che ogni classe, in questa società divisa in classi, ha i suoi criteri particolari, sia politici che artistici, per quanto si riferisce alla propaganda e alla cultura. Ma le classi mettono sempre il criterio politico al primo posto e quello artistico al secondo per ciò che si riferisce alla relazione tra propaganda e cultura. Mi pare giusto invece chiedere una unità tra forma, propaganda e contenuto culturale; unità di contenuto propagandistico rivoluzionario e di forma artistica avanzata, anticipatrice e perfetta (il piú possibile).
Le opere di propaganda che mancano di qualità cultu-

rali non hanno forza, per quanto avanzate possano essere dal punto di vista politico. Bisogna quindi opporsi sia alle opere di propaganda con contenuti politici sbagliati sia alla propaganda con indicazioni o parole d'ordine giuste ma senza nessuna forza culturale o artistica. Cedere alle sollecitazioni ed alle richieste senza ragionare e documentarsi esercitando la critica e l'autocritica non è utile per migliorare l'attività propria o del partito.

Cultura, propaganda, ideologia

Ma naturalmente non bisogna limitarsi a capire i problemi del tempo; occorre affrontarli e risolverli, altrimenti l'epoca industriale resterà dominata dai mostri; e la cultura è tra l'altro capacità di intervento, capacità nel « fare ». Ecco perché, proprio per le scelte da compiere, penso alla rivoluzione d'ottobre, e a tutti i movimenti artistici che hanno trovato un rapporto autentico con le cose nel ritrovare anche la pubblicità.
Il discorso della pubblicità si rivolge ai consumatori e ai produttori. E va oltre quando riesce ad essere un discorso culturale. La Fiat, nelle sue prime campagne pubblicitarie, ricorreva ai caratteri stessi dell'automobile. In periodo fascista, in atmosfera di ideologia autarchica, la Fiat ha la certezza di collocare sul mercato interno una certa quantità del prodotto. La pubblicità si colora anch'essa di ideologia fascista, diventa veicolo di propaganda politica.
L'utilitaria si chiama Balilla; l'immagine è quella del ragazzo che scaglia il sasso. Per la 1100 si ricorre a De Chirico: il pittore presenta la macchina come cavallo alato. Che cosa ha a che fare la macchina col cavallo alato? Col ritorno della concorrenza di cultura a livello internazionale, la Fiat presenta la 124 come la

macchina per tutti. La pubblicità della Fiat non è certo oggi un modello grafico, ma perfino la Fiat è costretta a dire: ho fatto centinaia di migliaia di chilometri, vado ancora bene, sono stata collaudata, ecc. Il Balilla, il cavallo alato sono scomparsi.

Questa scomparsa di elementi mitici dalla pubblicità di un'azienda non deve portare alla facile conclusione che quel tipo di mentalità sia scomparso. Il cane nero della Supercortemaggiore, sei gambe e una fiamma in bocca, è proprio diverso dalla bomba dei carabinieri: V.E., Vittorio Emanuele, sulla bomba con la fiamma? V.E. è scomparso, ma la bomba rimane anche nella repubblica.

La bellezza della pagina, del prospetto, del manifesto deve nascere dall'equilibrio della composizione, dalla distribuzione dei caratteri, secondo i corpi e secondo la leggibilità, dalla dimensione dei margini, dei vuoti e dei pieni, ma soprattutto dalla sincerità dello scopo prefisso.

È possibile che oggi si sia perso questo desiderio di sincerità? Ci dovrebbe far riflettere il fatto che non si riesce neppure a considerare come valida l'architettura di Cape Kennedy. Un missile è piú alto di un grattacielo. Si arriva a 300-340 metri. Però non si ha il coraggio di considerare quella forma come architettura moderna. Non è possibile che queste immagini non abbiano un'influenza sulle nuove forme di pubblicità. Ce l'hanno persino nell'URSS di oggi, dove lo Sputnik viene presentato in forma mitologica. Ed ecco l'equivoco. Perché non continuare sulla strada della sincerità piuttosto che mettersi sulla strada della mistificazione? La forza della rivoluzione sovietica stava nelle poche parole, estremamente semplici (pane, pace, libertà), che si manifestavano anche nelle forme artistiche.

I discorsi si complicano, naturalmente, quando la produzione cresce, come è avvenuto negli ultimi cinquanta

una determinata epoca. Ma occorre pur dire che per l'automobile non c'è ancora uscita di mente l'immagine del parafango del landau, del cabriolet, della limousine. E invece la macchina da corsa acquista, a poco a poco, una forma « autentica ». L'obiezione che si fa a questa forma è che essa non è assimilabile dal pubblico.

E invece il grande pubblico mostra proprio di desiderare la macchina fatta ad immagine del missile.

Gli artisti del Bauhaus ebbero il coraggio di dar rilievo a tutto, di indicare la bellezza della pagina come forma tipografica. I sovietici, durante la rivoluzione d'ottobre e negli anni immediatamente successivi, andarono avanti: non trascurarono nessun elemento del contenuto.

Cultura e libertà espressiva

Ricorderò nuovamente che il clima era già nato dall'inizio del secolo, anche se i risultati si sono visti negli anni attorno al '17, data che indica una fusione unitaria di elementi che appartengono alle tecniche, ai movimenti artistici dell'epoca e, indubbiamente, anche ai paesi dove quelle tecniche e quei movimenti sorsero e si affermarono.

La fotografia mitigò il rigore costruttivista e sostituí sempre piú la decorazione, la vignetta, il disegno. I movimenti artistici, in pittura, in architettura, nel cinema e nella fotografia, influenzarono la grafica moderna e ne furono spesso ispiratori partecipi. Il cubismo in Francia nel 1906, il futurismo in Italia nel 1909, la fotodinamica e il fotomontaggio in Germania nel 1920 costituirono gli elementi di un movimento rinnovatore che trovò i suoi spazi di applicazione nell'editoria, nella propaganda, nella pubblicità, nelle mo-

stre, nell'architettura, nel cinema, nel teatro, e piú tardi nella televisione.
Chaplin, Picasso, Braque, Mejerchold, Piscator, Moholy-Nagy rispondono tutti ad una esigenza di rinnovamento. Anche in Italia, sia pure in tono minore, nel quadro di una cultura tipicamente provinciale, si hanno i riflessi di questo movimento innovatore. Si ritrovano in alcuni futuristi, nei due fratelli Bragaglia, — che erano magari inquinati anch'essi dalla retorica della « quarta sponda » ma riuscirono a dire e a fare cose di estremo interesse, — o con Persico, con Nizzoli.
Ma tutti i mezzi tecnici piú avanzati possono essere inutili se non vengono usati dall'uomo per l'uomo, e non contro l'uomo. Dunque i nuovi concetti di società e di libertà modificano, con i diritti conquistati, anche i giudizi filosofici ed estetici.

Bauhaus, movimento svizzero, avanguardie sovietiche

Tra il 1920 ed il 1930 le principali scuole di tipografia (URSS, Austria, Ungheria, Cecoslovacchia, Svizzera, Olanda, Germania) diffondevano le nuove teorie sull'estetica grafica. La facciata e la simmetria celebrarono i loro fasti come mezzi artistici al tempo delle autocrazie del Rinascimento e del Barocco; la nostra epoca democratica non vuole sfarzo né sfoggio, neanche nello stampato; quindi niente simmetria, perché con questa si ottiene la facciata, ma costruzione architettonica dell'intero stampato in accordo con la moderna architettura.
Dal 1930 ad oggi, pur con i ritardi dovuti alle dittature ed alle guerre, si sono fatti molti progressi e si sono chiarite molte idee, soprattutto verso la soluzione di problemi posti dallo sviluppo tecnologico e da quello industriale, enorme, che richiede la soluzione di pro-

blemi riguardanti la comunicazione tecnica. Il modello standard della forma per la valorizzazione dei molteplici e diversi contenuti non si è tuttavia sufficientemente affermato, perché la ricerca del moderno nella comunicazione visiva ha ritardato la diffusione del nuovo.

Il formalismo denuncia spesso la mancanza di contenuti, mentre il disegno industriale grafico, attraverso le norme, conduce al perfezionamento del prototipo senza limitarne e vincolarne la fantasia o la libertà creatrice, ma al contrario aumentando i mezzi per la realizzazione di un messaggio autenticamente culturale.

Non c'è niente di nuovo quando si decide a priori una forma. Le forme nascono da nuove situazioni, da nuove condizioni di materiali e da funzioni correttamente dosate; cosí si attua la nuova produzione, in collaborazione armonica tra autori, distributori, destinatari.

A sottolineare l'importanza della conoscenza del processo di percezione visiva, segnaliamo due esempi fondamentali nella storia delle arti figurative: l'uno riguarda il metodo di insegnamento della scuola Bauhaus, l'altro il dibattito culturale, artistico, politico, sociale negli anni seguenti la rivoluzione d'ottobre nell'URSS.

La scuola Bauhaus, in Germania, per quanto riguarda la percezione e la comunicazione visiva, nel periodo in cui ne era direttore l'architetto Hannes Meyer (1929-1930), aveva chiamato come insegnante ospite Durkheim, per far conoscere agli studenti le teorie sulla psicologia della forma. Con questo contributo trovano verifica scientifica gli insegnamenti di Kandinskij e di Klee. Scrive Gropius, direttore del Bauhaus dal 1919 al 1928, in *Architektur*: « In linea di massima, il lavoro da svolgere [nella scuola] era diviso in due parti: la prima comprendeva i materiali, gli strumenti e i metodi della produzione, mentre la seconda si occupava dell'addestramento dell'occhio (percezione) e

delle attività creative (composizione, rappresentazione); gli aspetti dell'una e dell'altra furono raggruppati in un corso preliminare che mirava a liberare lo studente dai suoi preconcetti e contemporaneamente a dare slancio alle sue facoltà creative ».
Ancora in un numero della rivista *Proun*, diffusa nel 1920-21 nell'Unione Sovietica, subito dopo la rivoluzione, El Lisitskij riporta come prolusione al suo testo questo breve brano di Spengler del *Tramonto dell'occidente*: « Tutte le arti sono morali: non le singole opere, ma l'arte nel suo complesso ».
A titolo di esempio analizziamo ora il manifesto che El Lisitskij fece nel 1919, intitolato *Colpite i bianchi col cuneo rosso*.
Ci sembra utile indicare gli elementi di metodo seguiti da El Lisitskij per la realizzazione delle sue opere. Pubblicava infatti nel n. 4 della rivista *Merz* del 1° luglio 1923 i punti essenziali per la « topografia della tipografia ». Ne citeremo solamente alcuni, che possono servire nell'analisi del manifesto: 1) le parole stampate su un foglio vengono guardate, non udite; 2) mediante parole convenzionali si comunicano concetti; il concetto deve essere configurato per mezzo di lettere; 3) economia dell'espressione: ottica anziché fonetica. Nel caso specifico del manifesto che ci interessa, l'argomento è semplice e perfettamente esposto nel titolo, *Colpite i bianchi col cuneo rosso*: l'Armata rossa deve sconfiggere l'Armata bianca. Anche la simbologia è di estrema semplicità: l'Armata rossa è raffigurata da un triangolo rosso che spezza il cerchio bianco in campo nero rappresentante i bianchi. Nello spazio nero e nella superficie racchiusa entro il cerchio, inoltre, sono disseminati piccoli triangoli, che suscitano nello spettatore sensazioni personali, ma che probabilmente, nell'intenzione dell'autore, dovevano significare o reparti di avanguardia all'assalto, o sacche

isolate di resistenza nemica. Ciò che maggiormente colpisce in questo manifesto, anche a cinquant'anni di distanza, è il dinamismo della forma, che esprime il dinamismo delle forze rivoluzionarie. È per questo motivo che il cartellone e l'argomento che esso tratta continuano a rivolgersi con forza e attualità immutate ad un pubblico internazionale che ne afferra ancora, sebbene sia trascorso mezzo secolo dal momento in cui fu ideato, tutta l'essenzialità e il significato. L'affissione di questo manifesto nella Russia del 1919 non fu limitata alle strade e alle piazze; fu messo bene in vista dovunque fosse possibile collocarlo: nelle caserme, nei circoli culturali, sulle fiancate dei treni e degli autocarri, cosicché lo videro milioni di persone dislocate su migliaia di chilometri di territorio. Oggi copie di esso sono esposte nei piú importanti musei del mondo, trovano posto nelle maggiori collezioni private, sono riprodotte nelle monografie e nelle pubblicazioni culturali di tutti i paesi. Ciò sta a dimostrare che quando un argomento è di interesse universale, la diffusione di un manifesto può avvenire per infinite vie, che esulano dalle consuete regole dell'affissione, anche grazie all'azione di singole persone che si premurano di propagandarlo e di farlo conoscere.

Compiti della propaganda

Ed è alla luce di questi momenti particolari della storia umana che io vedo anche il problema delle scelte da compiere per superare i momenti di riflusso, come quello caratterizzato da certo realismo socialista o dai ritorni agli schemi del passato, all'autocrazia barocca, all'autocrazia floreale, al liberty. Non possiamo dimenticare lo sforzo compiuto dai nostri maestri, dai nostri predecessori, per suggerirci un rapporto col mondo che

non fosse impostato sull'ideologia del « dono divino », ma risultasse chiaramente come fenomeno naturale, biologico, da indagare e da precisare di continuo. Né posso dimenticare che, in un'epoca di vasta riproducibilità e di vasta diffusione delle forme artistiche, attraverso i nuovi mezzi di comunicazione visiva, quando l'arte può arrivare effettivamente ad un numero infinito di persone, occorre un discorso rivoluzionario e, insieme, unitario delle arti, dalla grafica all'architettura, al teatro, al cinema, alla TV, alla pubblicità. Ed ecco quindi che si impone il problema delle scelte.
Il discorso vale anche per il mio mestiere, per la grafica. Non posso dire di credere molto nella pubblicità come valore assoluto nel tempo, con tutte le giustificazioni che se ne dànno genericamente. Ma credo alla diffusione della cultura attraverso forme di comunicazione visive e tecniche. Io non parlo ad una élite. Devo parlare ad un gran numero di consumatori. Vivo in una società industriale, e questa società industriale mi piace moltissimo.
Ora va sottolineato che il compito della propaganda è altrettanto sottile di quello della pubblicità ma in qualche modo, forse, più difficile, perché più palese. La pubblicità, infatti, può basarsi sull'impressione, può limitarsi a colpire l'immaginazione, mentre la propaganda deve indurre alla riflessione, al ragionamento, suscitando l'interesse per un argomento specifico, fornendo determinate informazioni e possibilmente, quando su un certo tema vi sono opinioni divergenti, controbattendo in maniera diretta o in modo allusivo la propaganda avversaria.
Pertanto, nel caso che la comunicazione debba non reclamizzare un prodotto ma visualizzare un'idea, si richiede al cartellonista grafico un impegno assai più complesso e difficile; egli è chiamato a dare un contributo non soltanto esecutivo, ma soprattutto crea-

tivo. Bisogna che il messaggio sia sintetico, che provochi delle reazioni emotive, che incida nella memoria, che stabilisca tra il messaggio e l'uomo una relazione nuova. Il testo, che in questo caso è importante, deve integrare l'immagine, e i due elementi devono essere armonicamente fusi.

Lo stile, l'artista, il mondo

Particolare rilievo va dato pertanto alla propaganda sociale, che richiede da parte dell'autore un impegno maggiore, non solo di ordine formale, ma soprattutto di ordine etico.
Ma i pensieri, le aspirazioni dell'autore derivano e sono l'espressione del mondo materiale in cui vive. I mezzi espressivi devono essere tanto piú efficaci quanto piú il pensiero è profondo, e lo stile formale dell'autore sarà tanto piú riconoscibile quanto piú egli saprà far trasparire dall'opera la sua concezione del mondo.
Infatti anche lo stile formale di un'epoca non si definisce soltanto attraverso l'elenco dei suoi elementi fondamentali, ma soprattutto in quanto esso è espressione formale della concezione del mondo degli uomini di quell'epoca. Cosí l'architettura gotica non si riconosce per gli archi acuti, le guglie sottili, le linee verticali, ecc., ma in quanto espressione formale di un modo religioso, economico e mistico di vedere la vita, corrispondente alla necessità di evadere dalla miseria di questo mondo attraverso la rappresentazione di un altro migliore. Cosí, per fare un esempio, lo stile di Savignac è quasi inconfondibile: il senso ironico della vita traspare da ogni suo manifesto.
Seguendo lo schema metodologico sopra esposto, la scelta formale dell'elemento essenziale caratterizzante il manifesto non sarà conseguenza diretta e meccanica

del tema, ma risulterà da una sintesi dei due procedimenti: elaborazione del tema, impegno sociale e ricerca formale, sempre tenendo presente il pubblico cui il cartellone si rivolge.

Arte e valore del manifesto

Un buon manifesto sarà il risultato di uno studio approfondito di ciò che si vuole propagandare, ma dovrà anche tenere conto di tutti i fattori (strada, luci, fretta), e quindi dovrà scaturire da una sintesi che non può essere raggiunta senza cultura e senza la massima libertà espressiva.
Pertanto un buon cartellonista deve essere innanzitutto una persona colta, consapevole delle condizioni della società in cui opera, capace di percepire le aspirazioni della popolazione e all'occorrenza di indirizzarle mediante messaggi visivi di immediata comprensione. Il cartellonista deve unire alla capacità di analisi una elevata capacità di sintesi e una vivace inventiva, per essere in grado di racchiudere nell'immagine e nello slogan che formano il cartellone l'informazione, la persuasione, la sollecitazione.
Il manifesto non è un'arte minore; il valore è nella sua qualità artistica e solo questa lo determina.

Contenuto e forma

Ogni contenuto ha, si può dire, una sua forma, e questi due termini hanno tra loro un rapporto di reciproca influenza. Il piano della forma è quello in cui i pensieri, le aspirazioni, gli affetti, i sentimenti dell'autore (pittore, cartellonista, grafico, scultore, designer, architetto, ecc.) si esprimono in rapporto con il mondo della vita materiale, nel quale egli vive.

Ecco dunque che quando siamo sicuri del contenuto e dei mezzi per esprimere e comunicare un'idea, quando conosciamo e sappiamo usare la tecnica dell'incisione, del disegno, della fotografia, del fotogramma, del colore, e conosciamo il valore dei rapporti delle forme su una superficie, presenteremo le nostre idee nel modo migliore, cioè raggiungeremo un giusto equilibrio tra forma e contenuto.

Formalismo e forma

La rappresentazione del contenuto nella sua forma piú chiara, diretta, sintetica ed essenziale dimostrerà poi sempre piú che il nemico da sconfiggere è il formalismo e non la forma.

Ornamento e forma

Sbagliato sarebbe confondere « ornamento » superficiale ed inutile con la necessaria ed indispensabile « forma ».

Come progettare un manifesto politico

Nel metodo da noi seguíto le scelte formali risultano dalla sintesi dei due procedimenti: elaborazione del tema e ricerca formale, sempre tenendo presente il pubblico cui ci si rivolge; non dimenticando cioè che le necessità di lettura, di percezione visiva, di assimilazione dei valori formali, proprie del pubblico stesso, non sono disgiunte dalla storia, non solo dei diversi paesi, ma anche delle differenti classi sociali. Premesso che il testo eventuale del manifesto dovrà essere il piú sintetico possibile, come piú volte sottolineato, e

che dovremo ricercare i caratteri piú leggibili a seconda del tipo e della collocazione del cartellone, si tratterà di elaborare il tema e di realizzare, con tentativi e verifiche continue, la sua trasposizione sul piano della forma.

Il metodo da seguire, secondo il nostro parere, dovrà essere:

1) definizione ed elaborazione del tema;

2) visione del manifesto;

3) le scritte sono piú guardate che lette; di conseguenza, sintesi del testo, chiarezza, facilità di lettura;

4) schema di suddivisione della superficie data, per la visualizzazione del manifesto;

5) identificazione dell'immagine;

6) stile formale adeguato al tema.

È poi evidente che nella progettazione di un manifesto di propaganda sociale bisognerà tener conto del fatto che questo sarà affisso tra molti altri cartelloni pubblicitari e immagini e, pur considerando che in alcuni casi l'affissione avverrà in appositi luoghi (questo per esempio per i manifesti politici durante la campagna elettorale), gli elementi per l'evidenziazione dovranno essere diversi.

La comprensione del tema

Sarebbe sbagliato usare richiami che, se entro certi limiti sono accettabili per un bene di consumo, risulterebbero assolutamente inadeguati per la propaganda sociale, come ad esempio, l'abbiamo già detto, immagini semplicemente decorative, non attinenti al tema e a nostro parere distraenti rispetto al contenuto. Diamo un esempio comune: per bevande dissetanti viene usa-

ta come richiamo una bellissima ragazza con un bicchiere in mano, sorridente e soddisfatta. Questa ragazza può venire usata anche nell'atto di aprire un frigorifero. È la ragazza, dunque, che in questo caso richiamerà l'attenzione del passante, che forse leggerà il nome della bevanda o del frigorifero reclamizzato. Se il manifesto pubblicitario risulta composto da una parte esplicativa delle qualità del prodotto e di un richiamo per stimolare il consumo all'acquisto di esso, va tenuto presente che « la ragazza piacevole », « l'uomo efficiente », « la famiglia felice » sono richiami specifici della società capitalistica, che usa di essi per dare un'immagine falsa della realtà e creare nel consumatore l'illusione di poter uscire, attraverso l'uso e il consumo appunto dei prodotti reclamizzati, dalla sua concreta esclusione dalla gestione del potere.

La propaganda di pubblica utilità e culturale deve invece fornire innanzitutto, e continuiamo a ripeterlo, elementi per la riflessione; deve convincere più che colpire con un'immagine, ma nello stesso tempo deve essere evidenziata in modo da attrarre l'attenzione del pubblico, per indurlo alla lettura; non solo, ma il testo si dovrà poter leggere rapidamente. Ricordiamo sempre che per una lettura veloce occorre saper visualizzare le scritte, in modo da ottenere un richiamo pari all'immagine. È vero che l'immagine, in un certo senso, presenta difficoltà minori, per quanto riguarda la sua capacità attrattiva, e sono molteplici le vie che si possono scegliere; ma una propaganda culturale e sociale deve essere ragionata e non deve avvalersi di quei mezzi che risultano adatti a tutti gli scopi. Arriviamo a questo assurdo: siamo invasi da manifesti tutti belli e attraenti, con colori splendidi, ma indistinguibili nel loro contenuto, e cioè adatti a qualsiasi pubblicità, e che spesso vengono anche utilizzati per la propaganda sociale e culturale. Formalmente possono anche essere

ineccepibili, ma si è constatato che non raggiungono ugualmente lo scopo.
Infatti una immagine generica ma « di moda », sia essa un « segno » astratto o una fotografia di bella gioventú, che viene usata indiscriminatamente, per un oggetto d'uso o un prodotto alimentare, o un annuncio di nuovi prodotti per la casa, la donna, la famiglia, i bambini, o per la diffusione di un giornale o di una rivista, alla fine risulterà inefficiente, perché l'utente abbina l'immagine a qualsiasi prodotto.
Invece, ad esempio, per un manifesto contro l'uso delle armi nucleari, l'elaborazione del tema sarà conseguente alla comprensione del significato dell'atomica: lo sgomento, la paura, il terrore della distruzione totale, la morte come simbolo della fine di tutto, e cosí via; la scelta tra questi elementi dipenderà dalla partecipazione dell'autore al tema, dalla corrispondente visualizzazione formale (ad esempio il fungo atomico, o il fumo diffuso ovunque, o lo sgomento, o la paura dipinta sul volto, o il simbolo del pericolo, o il terrore della folla, o il teschio, o il deserto) e dal pubblico cui ci si rivolge. Molto spesso però la diffusione culturale è pedantemente tradizionale; infatti si pensa che i caratteri classici, l'impaginazione, la disposizione dell'immagine secondo gli schemi aulici rappresentino il modo piú giusto per esprimere e caratterizzare gli elementi essenziali da visualizzare in un manifesto culturale.
È chiaro pertanto che il modo, la forma che bisogna adottare in questi casi devono essere in un certo senso assai piú elaborati; il cartellonista infatti deve essere piú direttamente responsabile della sua opera di fronte alla collettività. La sua opera, lo ripetiamo ancora, deve differenziarsi da ogni altra pubblicità, dalla invasione dei manifesti pubblicitari, dalle insegne, dai segnali stradali, ecc., e nello stesso tempo deve utilizzare mezzi adeguati al tema.

E ora vogliamo analizzare un manifesto per permettere di comprendere meglio come si procede quando si presentano dei bozzetti. Il tema della illustrazione realizzato dal messicano Adolfo Mexiac è la denuncia della situazione dei neri negli USA, in lotta contro la loro segregazione. L'autore in questo caso non ha avuto bisogno né di slogan né di scritte esplicative. Egli ha sintetizzato il fatto con un'immagine chiara e di denuncia, ha analizzato il tema, ha tenuto conto delle proprie particolari attitudini, ha studiato, visto e ripensato come e in che modo fosse piú recepibile la denuncia, si è riallacciato all'immagine delle catene, ormai divenuta essa stessa simbolo. Nella pubblicistica delle lotte per l'emancipazione, lo « spezzare le catene » è ormai un termine chiaro, preciso, che evoca la rottura di una schiavitú, la rottura di tutte le forme di coercizione e di sopruso, pur riallacciandosi all'immagine delle catene che gli schiavi avevano alle caviglie. Qui è la catena che attraversa la bocca, che impedisce la libera espressione, che paralizza l'individuo, chiusa dal lucchetto « made in USA ».
In questo caso, dunque, la sintesi è stata raggiunta non sul « segno » (perché il viso di un nero con la catena che attraversa la bocca è un'immagine esplicativa) ma sull'essenzialità della comunicazione e sulla sua evidenza, che si esprime nella mente senza equivoci. È il caso di una visualizzazione di un'idea ottenuta con la sola immagine.
Ecco dunque che, quando siamo sicuri del contenuto e dei mezzi per esprimere e comunicare un'idea, quando conosciamo e sappiamo usare la tecnica dell'incisione, del disegno, della fotografia, del fotogramma, del colore, e conosciamo il valore dei rapporti delle forme su una superficie, presenteremo le nostre idee nel modo migliore, cioè raggiungeremo un giusto equilibrio tra forma e contenuto.

ineccepibili, ma si è constatato che non raggiungono ugualmente lo scopo.
Infatti una immagine generica ma « di moda », sia essa un « segno » astratto o una fotografia di bella gioventú, che viene usata indiscriminatamente, per un oggetto d'uso o un prodotto alimentare, o un annuncio di nuovi prodotti per la casa, la donna, la famiglia, i bambini, o per la diffusione di un giornale o di una rivista, alla fine risulterà inefficiente, perché l'utente abbina l'immagine a qualsiasi prodotto.
Invece, ad esempio, per un manifesto contro l'uso delle armi nucleari, l'elaborazione del tema sarà conseguente alla comprensione del significato dell'atomica: lo sgomento, la paura, il terrore della distruzione totale, la morte come simbolo della fine di tutto, e cosí via; la scelta tra questi elementi dipenderà dalla partecipazione dell'autore al tema, dalla corrispondente visualizzazione formale (ad esempio il fungo atomico, o il fumo diffuso ovunque, o lo sgomento, o la paura dipinta sul volto, o il simbolo del pericolo, o il terrore della folla, o il teschio, o il deserto) e dal pubblico cui ci si rivolge. Molto spesso però la diffusione culturale è pedantemente tradizionale; infatti si pensa che i caratteri classici, l'impaginazione, la disposizione dell'immagine secondo gli schemi aulici rappresentino il modo piú giusto per esprimere e caratterizzare gli elementi essenziali da visualizzare in un manifesto culturale.
È chiaro pertanto che il modo, la forma che bisogna adottare in questi casi devono essere in un certo senso assai piú elaborati; il cartellonista infatti deve essere piú direttamente responsabile della sua opera di fronte alla collettività. La sua opera, lo ripetiamo ancora, deve differenziarsi da ogni altra pubblicità, dalla invasione dei manifesti pubblicitari, dalle insegne, dai segnali stradali, ecc., e nello stesso tempo deve utilizzare mezzi adeguati al tema.

E ora vogliamo analizzare un manifesto per permettere di comprendere meglio come si procede quando si presentano dei bozzetti. Il tema della illustrazione realizzato dal messicano Adolfo Mexiac è la denuncia della situazione dei neri negli USA, in lotta contro la loro segregazione. L'autore in questo caso non ha avuto bisogno né di slogan né di scritte esplicative. Egli ha sintetizzato il fatto con un'immagine chiara e di denuncia, ha analizzato il tema, ha tenuto conto delle proprie particolari attitudini, ha studiato, visto e ripensato come e in che modo fosse piú recepibile la denuncia, si è riallacciato all'immagine delle catene, ormai divenuta essa stessa simbolo. Nella pubblicistica delle lotte per l'emancipazione, lo « spezzare le catene » è ormai un termine chiaro, preciso, che evoca la rottura di una schiavitú, la rottura di tutte le forme di coercizione e di sopruso, pur riallacciandosi all'immagine delle catene che gli schiavi avevano alle caviglie. Qui è la catena che attraversa la bocca, che impedisce la libera espressione, che paralizza l'individuo, chiusa dal lucchetto « made in USA ».
In questo caso, dunque, la sintesi è stata raggiunta non sul « segno » (perché il viso di un nero con la catena che attraversa la bocca è un'immagine esplicativa) ma sull'essenzialità della comunicazione e sulla sua evidenza, che si esprime nella mente senza equivoci. È il caso di una visualizzazione di un'idea ottenuta con la sola immagine.
Ecco dunque che, quando siamo sicuri del contenuto e dei mezzi per esprimere e comunicare un'idea, quando conosciamo e sappiamo usare la tecnica dell'incisione, del disegno, della fotografia, del fotogramma, del colore, e conosciamo il valore dei rapporti delle forme su una superficie, presenteremo le nostre idee nel modo migliore, cioè raggiungeremo un giusto equilibrio tra forma e contenuto.

Tanto piú un cartellone si imporrà facilmente all'attenzione pubblica come un simbolo, quanto piú avremo dato all'immagine la giusta proporzione nel campo visivo e quanto piú avremo specificato, o meglio, reso leggibile il « segno ».

La tecnica e la scelta

Già abbiamo chiarito come l'elemento essenziale in un manifesto prenderà « corpo », cioè diventerà il punto di attrazione, non specificamente per la sua aggressività (sia essa nel segno, nel colore, nella dimensione), ma per la proporzione nella superficie data e per i rapporti tra le componenti degli altri elementi.
Ma abbiamo anche detto che il modo di comunicare dell'uomo nella società sarà sia il linguaggio parola, sia il linguaggio visivo, immagine, forma, espressione delle cose e dei vari concetti. A questo proposito citiamo quanto scrisse Picasso nel 1923: « Se i temi che ho desiderato esprimere hanno suggerito modi diversi di espressione, non ho mai avuto dubbi nell'adottarli. Motivi diversi esigono diversi metodi di espressione. Questo non significa né evoluzione né progresso, bensí adattamento dei mezzi di espressione all'idea che si vuole esprimere ».
I mezzi tecnici, inoltre, sono oggi in grado di permettere una fedele riproduzione di qualsiasi originale, come abbiamo detto, sempre che vi sia collaborazione tra progettisti ed esecutori. Il cartellonista nel progettare un manifesto può utilizzare disegni originali di artisti che egli ritiene aderenti al tema da svolgere (avendone ottenuta una regolare autorizzazione), oppure eseguire egli stesso disegni, e scegliere conseguentemente la tecnica di stampa piú adeguata alla riproduzione, considerandola poi in rapporto al numero stabilito di co-

pie da riprodurre per la diffusione del manifesto. Un disegno, una pittura devono prima di tutto rispondere a determinate esigenze a seconda del tema da visualizzare.
Per questa ragione, una stessa immagine può essere realizzata nell'originale con « segno » diverso; non solo, ma il cartellonista può intervenire anche con la tecnica della stampa a modificare lo stesso « segno ».

La tecnica

Dunque, per quanto riguarda la tecnica, il manifesto permette la più ampia libertà. Esso può pertanto avere come elemento fondamentale un disegno, uno schizzo, addirittura un dipinto, ma può altrettanto bene basarsi sulla fotografia, sul fotomontaggio, sul collage o solo sui caratteri.
La visualizzazione di temi di attualità politica attinenti alla realtà quotidiana può portare a soluzioni ovvie, sentimentali, scontate, ma è appunto con questi temi, implicanti un approfondimento di analisi, che si rivelerà la capacità del cartellonista. Raggiungere questo obiettivo senza retorica né trionfalismi comporta non solo studi approfonditi delle diverse tecniche espressive, e non ci stancheremo mai di ripeterlo, ma anche una lunga ricerca del materiale di documentazione, che deve essere scelto anche in base all'efficacia rappresentativa e considerato nella composizione insieme con il testo.

Manifesto e pittura

Sottolineo ancora che, se si usano la pittura o il disegno, è importante tenere in considerazione come questi elementi vengono impiegati, cioè la qualità e i mez-

zi di stampa con cui i manifesti saranno riprodotti. Vorrei aggiungere che trovo infondato il timore di chi crede che la pittura finisca per avere oggi un ruolo subalterno.

La pittura ha un ruolo preciso, cosí come l'hanno la fotografia, il cinema, la grafica o la stessa pubblicità. Sono nuove forme che cercano la loro strada per affermarsi e per esprimersi. È un errore dire che la fotografia ha annullato la pittura. No, sono i cattivi pittori che non hanno subíto l'influenza delle nuove forme, cosí come sono i cattivi grafici che si lasciano influenzare da un certo tipo di pittura.

Nelle nostre case non c'è piú solo il quadro; c'è la fotografia ingrandita, c'è il manifesto, ci sono altre forme di espressione artistica, ciascuna col proprio campo specifico di ricerca. Non è una concorrenza sleale, ma un contributo, direi, « democratico » di forme espressive e artistiche. Nessuna può dirsi « arte minore ». Ognuna ha il proprio campo e deve approfondire questa sfera d'azione senza fare confusioni.

Una volta Vittorini ha detto: « Ben vengano le confusioni, perché da questo dialogo democratico si può prendere un elemento di qua e un elemento di là; finirà per nascere qualcosa di nuovo ». Può darsi che cosí avvenga, e infatti ci sono molte conferme a favore della tesi di Vittorini. A mio parere la critica offre a un pittore elementi di giudizio molto piú complessi di quelli che fornisce alla propaganda e alla pubblicità, e alla cultura che intorno a queste si viene formando. Occorre una critica responsabile, che si occupi di fotografia, di cinema, di pubblicità, di propaganda, di disegno industriale, tutte forme che hanno una funzione di primo piano, ormai, nella formazione culturale di un paese e di un popolo.

Si osservi, a questo proposito, che i popoli sottosviluppati hanno un tipo di pubblicità importato. I popoli

che hanno raggiunto un grado di sviluppo industriale assai maggiore trovano una loro forma abbastanza autentica. Le mistificazioni si hanno soprattutto quando si sovrappongono due culture in modo ibrido: come nell'America Latina, incrocio tra cultura spagnola e cultura locale. In Giappone alla cultura locale si sovrappone la cultura americana: si produce un conflitto perenne tra tradizione e importazione. A chi va un messaggio che sia assolutamente americano? A chi desidera asservirsi a una ideologia che non ha nulla a che vedere con l'autentico modo di vivere del Giappone.
Il contributo deve essere dato dai giapponesi, usando le tecniche moderne; ma deve essere un contributo nazionale senza per questo cadere nel folclore, nell'autarchia culturale. E per l'Italia io credo che valga lo stesso discorso.

L'immagine coordinata

In casi piú elaborati, l'abbinamento di piú tecniche può permettere soluzioni di visualizzazione realistica aderenti al tema e di facile comprensione. Cosí il disegno, la fotografia, un colore, un fotogramma possono essere usati in uno stesso manifesto per i diversi elementi da visualizzare, ma l'esito sarà valido solo se ne scaturirà una immagine unitaria.
La scelta dell'uso di una tecnica piuttosto che di un'altra dipenderà dall'effetto che l'immagine potrà dare nella realizzazione e dalla personale interpretazione del soggetto. La fantasia si può sbizzarrire e percorrere molte strade, ma è bene ricordare sempre: 1) colui al quale si rivolge la comunicazione visiva; 2) i concetti che si vogliono comunicare; 3) di quali altri supporti propagandistici l'ente o l'industria intendono servirsi.

Quest'ultimo punto è importante, perché per una campagna di propaganda o di pubblicità è bene che vi sia un coordinamento dei vari mezzi impiegati — dal manifesto all'inserto su giornali e riviste, dal pieghevole alla propaganda televisiva — e che la comunicazione visiva risulti immediatamente riconoscibile nelle sue diverse manifestazioni. Pertanto, se avremo scelto, come elemento di richiamo, un segno grafico, questo dovrà figurare e permanere in tutti gli altri « atti » propagandistici; useremo quindi sempre la stessa tecnica, — grafica, fotografica, pittorica, — sia pure nelle sue numerose varianti per i diversi casi di applicazione. Il metodo di ripetere per una campagna propagandistica culturale, politica o commerciale la stessa « immagine », applicandola in ogni realizzazione (dal manifesto alla carta da lettere ai pieghevoli e, nel caso di un'industria, alla confezione dei prodotti), viene chiamato metodo dell'immagine coordinata (*coordinate image*).

L'astrattismo

Parliamo ora dell'astrattismo, movimento delle arti figurative che non accetta nessuna interferenza naturalistica, nessun valore illustrativo (nel senso didattico), perché considera la realizzazione espressiva di un'opera autosufficiente per i soli valori di forma e di colore. L'autore, seguendo la personale intuizione che il tema gli suggerisce, libero da immagini « figurative » rappresentanti oggetti o fatti reali, si esprime intuitivamente e secondo la sua sensibilità, tenendo conto solo di relazioni armoniche, ritmiche o geometriche tra le forme e i colori, senza nessun rapporto tra il tema e la realtà oggettiva, né in senso allegorico, né simbolico, né tantomeno realistico o naturalistico. Questa cor-

rente si delineò intorno al 1918-20 e assunse forme e nomi diversi, a seconda del gruppo cui gli artisti appartenevano. Come il cubismo, il suprematismo, l'espressionismo, il costruttivismo, anche l'astrattismo all'inizio rispose ad un bisogno di ribellione all'arte accademica e ridondante, ormai priva di contenuti validi e lontana dalla realtà sociale nella quale operava.
Subito dopo la seconda guerra mondiale, si ebbe una nuova fioritura di arte astratta; altre correnti pittoriche piú recenti passarono dall'astrazione della realtà alla sua deformazione: cosí la op-art (optical-art) o la pop-art (alterazione, distruzione dell'oggetto). Alcune di queste forme espressive vogliono essere una denuncia della società capitalistica, che con le sue ferree leggi del profitto annulla i valori umani, contamina la natura e impone un modo di vita affannoso e distruttivo. Anche nella cartellonistica, l'astrattismo ha avuto ed ha tuttora largo credito, e questo è in gran parte dovuto al fatto che essa subisce spesso, passivamente, l'influenza delle arti figurative, pur avendo esigenze espressive diverse. Ma il ricorso alla figurazione astratta a volte è, secondo noi, anche un modo per sfuggire a un rapporto diretto con la realtà, un modo per non affrontare e per eludere le difficoltà poste dal tema che il grafico si trova a dover visualizzare.
Questo genere di carenze è piú grave per quel che riguarda la propaganda politica e culturale. Se per un manifesto che annuncia il congresso di un partito operaio si ricorre a forme astratte, sguarnite di documentazione storica, queste diventano virtuosismi formali. Ad esempio, l'immagine di un uomo a strisce non riesce a visualizzare la situazione reale (la realtà è sempre piú fantastica dell'immaginazione) e a cogliere gli aspetti drammatici e veri della condizione umana nell'attuale società.
Vediamo ora quali sono le circostanze in cui la raffi-

gurazione astratta non solo è adatta ma risolve egregiamente il problema della rappresentazione del tema. In alcuni casi, ad esempio per manifesti di diffusione culturale e scientifica, riproducendo la macrofotografia o la microfotografia di un elemento naturale, otterremo una figurazione astratta, anche se questa registra fatti ed eventi non visibili ad occhio nudo, ma percepibili al microscopio. Si sono cosí ottenute realizzazioni di grande efficacia e attrattiva. La raffigurazione astratta nei manifesti può, dunque, essere utilizzata opportunamente e dare risultati di grande valore, a condizione che siano chiarite le motivazioni profonde dell'uso di questa tecnica espressiva. Per la realizzazione, sia la tecnica del disegno e della pittura, sia la tecnica della fotografia, del fotogramma e del collage sono pertinenti, e ognuna di esse offre molte soluzioni.

Il realismo e i suoi pericoli

Per realismo si intende una corrente artistica e letteraria che ha la sua radice teorica in alcuni testi di Marx e di Engels. Engels afferma, a proposito del realismo in letteratura, che « il romanzo adempie compiutamente il suo compito quando, mediante una fedele descrizione delle condizioni reali, infrange le illusioni convenzionali dominanti, scuote l'ottimismo del mondo borghese, rende inevitabile il dubbio di ciò che in atto sussiste ». Engels non propone quindi un « realismo oggettivo », con « la descrizione fedele dei particolari di una realtà immutabile », ma anzi un realismo che scopra le cause di quella determinata e specifica situazione reale e ne lasci intendere al lettore, o comunque allo spettatore, lo sviluppo storico.
Realismo quindi come metodo che porti il pubblico alla coscienza del movimento reale che è alla base di tutte

le cose; con il termine di realismo, poi, si indica piú specificamente la tendenza artistica e letteraria che trionfò in Unione Sovietica negli anni dal 1930 al 1950, e integrò la propria definizione con l'aggettivo-sostantivo « socialista ». Abbiamo visto come in Unione Sovietica proliferarono, dopo la vittoria della rivoluzione socialista, un gran numero di correnti artistiche non estranee alle influenze della cultura occidentale. (Ricordiamo il costruttivismo, che a sua volta ebbe un'evoluzione complessa.) Quando gli intellettuali sovietici si scontrarono con la realtà della costruzione del socialismo, venne meno l'equivoco di chi vedeva nella rivoluzione un momento di liberazione individuale e di affermazione di scelte definite « avanzate » non in conseguenza di un lavoro svolto tra le masse e conforme a esigenze reali da cui trarre indicazioni per elevare il livello generale delle conoscenze, bensí sulla base di un dibattito interno agli stessi intellettuali; un dibattito che, col passare del tempo, non poteva che isterilirsi. Fu allora che, in seguito ad alcune risoluzioni del partito comunista, che invitava gli intellettuali a rivolgere la loro attenzione ai problemi delle masse, si affermò il « realismo socialista » in architettura, nelle arti figurative, nel cinema e in letteratura. Fu la XXV Biennale di Venezia che segnò l'apparizione del movimento realista anche in Italia, nel 1950. « Le sue premesse — scrive il critico De Micheli — vanno ricercate nell'opposizione politico-culturale antifascista [...] reagendo [...] alle retoriche celebrative, ai falsi trofei, alla tradizione intesa nazionalisticamente [...]. Fu un movimento sgorgato da radicali esigenze sociali, politiche e morali, ma proprio per questo dense anche di conseguenze espressive. » Tornava in primo piano il movimento operaio e contadino e il cinema realista italiano produceva una serie di opere indimenticabili, famose nel mondo. I pittori Guttuso, Mucchi

ed altri creavano i loro migliori quadri e disegni. Come abbiamo visto, il movimento del realismo nelle arti figurative scaturisce da una impostazione ideologica precisa: si propone anzitutto l'obiettivo di raggiungere le masse. Per questa ragione, possiamo dire che, nella cartellonistica, il realismo, inteso nel senso da noi sottolineato, permette di visualizzare in modo diretto, senza equivoci né decorativismi di sorta, il tema in questione. Per esempio, se dobbiamo presentare alcuni studi per un cartellone sul problema sociale della sicurezza per la vecchiaia, possiamo riprodurre con una fotografia un vecchio o alcuni vecchi e aggiungere poi scritte esplicative. Il risultato dipenderà dal tipo di fotografia, dal suo taglio e dalle proporzioni tra l'immagine fotografica e le scritte. Naturalmente, rischiamo di cadere nell'ovvio e nel retorico, ma, come abbiamo precisato, qui interviene la capacità di scegliere il materiale fotografico e di utilizzarlo nel campo visivo del cartellone, insieme con gli altri elementi di cui ci serviremo.

Vogliamo richiamare l'attenzione sul fatto che, rimanendo legati al particolare e non cogliendo la complessità del tema, e soprattutto non avendo le idee chiare, il manifesto sarà generico, mancherà di una precisa impostazione e sarà quindi inefficace. Nel caso specifico, saremmo di fronte all'alternativa tra un manifesto pietistico e uno che affermi il diritto a trascorrere serenamente la vecchiaia, e al tempo stesso denunci le reali carenze sociali in proposito. Le mani callose di un vecchio in primo piano, su fondo nero, e una scritta possono essere efficacissime, mentre la fotografia di un vecchio cadente in atteggiamento di « uomo vinto » sarebbe una immagine scontata, che tutt'al piú muove a pietà e comunque rischia di essere presto dimenticata. In casi piú elaborati, l'abbinamento di piú tecniche può permettere soluzioni di visualizzazione realistica ade-

renti al tema e di facile comprensione. Cosí, e lo ribadiamo, il disegno, la fotografia, un colore, un fotogramma possono essere usati in uno stesso manifesto per i diversi elementi da visualizzare, ma l'esito sarà valido solo se ne scaturirà una immagine unitaria. Tra l'altro, ricordiamo ancora che questo tipo di manifesto è realistico in modo improprio. Infatti le immagini sono vere, non deformate, non astratte, non simboliche, ma la realtà che concerne quei temi particolari è un'altra, e realismo non significa descrizione « naturalistica », ma interpretazione della realtà; esercizio, questo, molto impegnativo e che implica una elaborazione in prima persona. Per una visualizzazione realistica nel cartellone, si possono usare varie tecniche. Riteniamo che la fotografia, nelle sue molteplici applicazioni, sia la piú adatta; l'uso di questa è stata una conquista nella storia della cartellonistica, per la sua efficacia nella comunicazione di grande massa.

Grafica e fotografia

Gli inventori della fotografia, Joseph Nicéphore Niepce e L.J. M. Daguerre nascono, vivono e producono in Francia, il primo nel 1765 e il secondo, di poco piú giovane, nel 1787. Niepce viveva vicino alla cittadina di Chalon, era proprietario terriero e si dedicava ad esperimenti scientifici. Fu proprio nel 1826 che ottenne la prima fotografia.
Pochi si interessarono a questa straordinaria scoperta, ma tra questi c'era un decoratore francese, di nome Louis Jacques Mandé Daguerre, che si associò a Niepce. Niepce morí nel 1833 povero e sconosciuto. Mentre Daguerre era impegnato nelle sue ricerche, nel 1835 William Henry Fox Talbot produsse in Inghilterra il primo negativo su carta, il cui prin-

cipio è quello stesso su cui è basata la moderna fotografia.

Due anni dopo Daguerre, utilizzando una lastra di rame argentato, sviluppata a vapore di mercurio, ottenne un'immagine positiva diretta, chiamata appunto dagherrotipo, che non permetteva però la riproducibilità dell'immagine. Questa nuova tecnica, anche se fissava la realtà all'istante, rimaneva ancora vincolata agli schemi classici della pittura, influenzata com'era dalla composizione statica dell'arte classica, e temendo quasi di degradarsi abbandonando il ritratto, il paesaggio e la natura morta. Nel 1850 Eugène Durieu fotografò un nudo che venne sicuramente utilizzato dal suo amico, il pittore Delacroix, quando dipinse il suo celebre quadro dell'odalisca. Da questo momento, fotografia e pittura aprono all'espressione artistica della comunicazione visiva nuove possibilità di forma, per cui il procedimento fotografico, con tutte le nuove tecniche, diventerà un valido strumento al servizio dell'immaginazione creativa. Con la scoperta della pellicola ultrasensibile e le nuove macchine fotografiche, la fotografia supera l'occhio umano: fissa il movimento e penetra i suoi segreti. Fissa uomini e animali nel loro dinamismo, ed è a questo punto che abbandona i canoni classici della pittura e si afferma come espressione autonoma di arte.

Tra i primi a seguire la nuova e affascinante esperienza alla fine dell'ottocento, troviamo Etienne Jules Marey, Edward Muybridge e Anton Giulio Bragaglia, teorico e autore del volume *Fotodinamismo futurista*, pubblicato a Roma nel primo novecento. Nel 1913 Boccioni dipinge il suo quadro *Dinamismo di un ciclista* e Giacomo Balla esegue il *Cane al guinzaglio*. Nel 1920 tra i maestri del fotogramma troviamo Man Ray e nel 1926 Moholy-Nagy, nel 1929 El Lisitskij è tra i più importanti esponenti del movimento moderno; i suoi

manifesti per la rivoluzione sovietica aprono nuove prospettive alla diffusione della cultura di massa. John Heartfield, anche in collaborazione con George Grosz, il grande pittore tedesco, usa tra i primi lo strumento fotografico per i suoi manifesti politici. Piú tardi Max Ernst, Picasso, Veronesi, Rauschenberg, Bayer, Rodčenko ed altri ancora applicano la tecnica della grafica e della fotografia, sensibilizzando le tele e i materiali, dipingendo anche sulla stessa superficie, con i mezzi propri della pittura. L'espressione piú evidente della grafica e della fotografia, chiamata oggi fotodinamismo, ci è data dagli artisti che operando sia nella pubblicità, sia nella propaganda, ma ancor piú nella diffusione culturale, attraverso i manifesti per l'educazione sanitaria, per i servizi postali e di telecomunicazione, per i servizi aerei e ferroviari, per le grandi mostre nazionali, per i musei, per il turismo e lo spettacolo, per l'educazione stradale e scolastica, hanno saputo dare un indirizzo nuovo all'educazione di massa: Saul Bass negli Stati Uniti e Herbert Bayer, già insegnante alla scuola Bauhaus, lo svizzero Max Bill, fondatore della scuola di Ulm in Germania, Franco Grignani, ormai conosciuto in tutto il mondo per le sue ricerche di tensioni grafiche, Max Huber, che ha contribuito alla divulgazione in Italia delle tecniche tipiche della grafica e della fotografia, e ancora Müller-Brockmann, svizzero, il tedesco Stankowski, il giapponese Tanaka Hiroshi, gli svizzeri Tschichold e Vivarelli, l'olandese Piet Zwart e molti altri altrettanto significativi. Citiamo questi nomi come indicazioni per segnalare i piú importanti contributi dati in questo campo.

Premesso che la conoscenza dei mezzi e degli strumenti in ogni caso è la condizione per la libera espressione, verifichiamone le varie possibilità. L'essenzialità del segno, cosí determinante in ogni forma artistica, è ottenibile con i mezzi fotografici non solamente fissando

l'immagine sul negativo, ma anche direttamente su un supporto sensibilizzato (carta, legno, tela, metallo, ecc.); questo sistema, chiamato fotogramma o silhouette, si ottiene poggiando l'oggetto direttamente sul materiale sensibilizzato, esposto direttamente alla fonte di luce.

I forti contrasti si possono ottenere sia utilizzando una normale apparecchiatura per fotoriproduzione di documenti, con carte sensibili direttamente a contatto positivo e negativo, sia usando carte contrastate. Le sgranature delle immagini, simili qualche volta all'effetto che si può ottenere usando un carboncino su una carta da disegno ruvida, sono possibili usando pellicole a grana grossa, ultrasensibili, e ingrandendo successivamente nella stampa fino a raggiungere gli effetti desiderati. Per gli effetti di solarizzazione è sufficiente esporre una diapositiva alla luce bianca per provocare un annerimento delle zone chiare. Vari sono i sistemi di solarizzazione chiamata positiva, parziale, combinata a seconda della manipolazione e della esposizione alla luce dei negativi. Il metodo chiamato *tone-line* può essere: a mezza tinta, quando riduce l'originale ai soli profili senza toni intermedi, al tratto, quando le linee appaiono nel loro massimo spessore, e a linea larga, quando oltre alla stampa contrastata si aggiunge la solarizzazione. Gli effetti di rilievo si possono ottenere sovrapponendo due negative di tono diverso.

Ma uno degli aspetti piú interessanti della fotografia è il fotomontaggio, quando cioè si usano diverse tecniche per ottenere un'unica immagine. Per esempio, appoggiando un oggetto qualsiasi sulla carta sensibile e proiettando al tempo stesso una negativa posta nell'ingranditore; o quando, con due negative simili ingrandite in tempi diversi ma con ugual tempo di esposizione, si ottengono effetti dinamici; o quando si stampano sulla stessa carta due negativi differenti con tempi di

esposizione diversi; oppure quando si stampano contemporaneamente positivi e negativi. Una delle tecniche in cui si possono ottenere le piú alte espressioni personali con la fotografia artistica è quella del retino o del disegno o della trama, che può sensibilizzare la superficie con molte possibilità espressive. In sostituzione dei retini si possono usare anche vetri stampati a diversa granitura; lo stesso sistema della retinatura può essere poi abbinato a tutte le tecniche di separazione di toni, fino alla solarizzazione. Sovrapponendo le negative alle diapositive si possono ottenere effetti plastici sdoppiati, sfumati, a contorni, con gradazioni di toni scuri o chiari con valori propri del disegno. Le applicazioni pratiche della teoria delle ombre si ottengono con l'uso di negative contrastate e di diapositive morbide, avvalendosi anche delle varie tecniche di solarizzazione.

Cosí come abbiamo parlato di fotodinamica, resa possibile dalla scoperta delle pellicole ultrasensibili e delle nuove macchine fotografiche, dovremo accennare brevemente alle possibilità della triplicazione delle immagini o della stampa delle immagini multiple, ottenibili sia facendo slittare la negativa nell'ingranditore, sia spostando la carta sensibile per poter proiettare e successivamente stampare diverse immagini sullo stesso supporto.

Col progresso delle conoscenze tecniche e la familiarizzazione degli strumenti sensibili alla luce, l'immaginazione e la fantasia dell'artista potrà agevolmente servirsi di fotodisegni, di caleidoscopi, di materiali plastici trasparenti, di materiali liquidi o solidi, di corpi trasparenti o opachi, e infine servirsi del pennello luminoso o delle macrostrutture naturali e artificiali, come le foglie secche o i cristalli di ghiaccio, oppure utilizzare i caratteri tipografici modificandone le forme, i

toni, i positivi, i negativi, le prospettive e le dimensioni.
Per quanto riguarda le fotografie a colori, i primi tentativi sono stati fatti con la colorazione a mano della fotografia stampata in bianco e nero, ottenendo risultati efficaci usando, oltre al pennello, l'aerografo per le sfumature e i mezzi toni. È nel 1924 che H. E. Hives riesce a trasmettere i negativi separati della prima fotocromia, separando il grigio dal rosso, dal bleu, dal giallo, e riproducendo l'immagine tipograficamente con cliché inchiostrati.
Oggi il fotocolor allarga il campo della comunicazione visiva a infinite possibilità. Per la riproduzione di manifesti con fotocolor, la tecnica di stampa da usare può essere sia quella tipografica che l'offset, a seconda del numero di copie da farsi. Per ottenere una resa perfetta da un originale fotocolor, la selezione del colore dovrà avvenire nelle proporzioni esatte, cosí da non travisare i colori originali. La fotografia a colori permette nel campo scientifico una visualizzazione di oggetti, fenomeni, ecc. che non si possono vedere a occhio nudo, con microfotografie o macrofotografie. Ma le possibilità espressive e comunicative della fotografia ancora non sono state tutte esaurite; è chiaro che esse costituiscono ormai uno dei piú validi ausili nel campo scientifico, e nel dare la possibilità a tutti di « vedere » quanto prima era riservato ai pochi che di queste discipline si occupano. Ma tutti i mezzi tecnici piú avanzati possono essere inutili se non vengono usati dall'uomo per l'uomo e non contro l'uomo.

Il simbolo nella propaganda

La percezione del tema esposto deve essere raggiunta con la minima fatica da parte del destinatario. La per-

cezione è la consapevolezza della sensazione, cioè un atto della mente per cui la sensazione diventa fenomeno di coscienza. Tener presente questo processo è importante per capire come le immagini non hanno valore in sé, ma per tutto quello che esse sono capaci di richiamare alla mente di chi le vede, anche solo di sfuggita.

Vi sono alcune immagini che hanno racchiuso in sé, nel tempo, il pensiero e l'ideologia di un intero periodo storico; cosí la croce oggi viene conservata in virtú del suo passato, per affermare il potere e il significato della Chiesa. Un simbolo assume quindi significati diversi a seconda delle condizioni storiche nelle quali è usato. Cosí il simbolo della falce e martello richiama al pensiero le lotte per il socialismo nel mondo.

Per quello che riguarda la cartellonistica, se per un tema da visualizzare decidiamo di usare un segno, un marchio o un oggetto che abbia un significato piú ampio o diverso da quello immediato e letterale, cercheremo, con questo mezzo, di suggerire altro, oltre il tema specifico; cercheremo di valorizzare ulteriormente il tema, sollecitando l'attenzione del pubblico su un elemento che rappresenti il « tutto » e che a volte persino esuli dal tema globale. Se prepariamo un bozzetto sull'inquinamento atmosferico, e vogliamo attrarre l'attenzione dei cittadini su questo problema, possiamo scegliere come simbolo la ciminiera di una fabbrica, esemplificando con una delle sue cause l'inquinamento atmosferico.

Ancora piú facile è per la propaganda politica ricorrere al simbolo del partito al quale si riferisce la comunicazione da diffondere, utilizzandolo come elemento essenziale. Una bandiera rossa che occupi la superficie del manifesto e con uno slogan inserito può essere l'efficacissima propaganda per una manifestazione di lavoratori in occasione del primo maggio. La visualiz-

zazione simbolica, affinché sia efficace e suggestiva, deve essere veramente « rappresentativa » ed evocare il tema in modo inequivocabile.
Per ciò che riguarda i manifesti, il tema sarà tanto piú evidente quanto piú il simbolo impiegato sarà di per sé già convenzionalmente riconosciuto, consolidato e inconfondibile nel suo significato. Se non usiamo un simbolo già noto, potremo pervenire a una trasposizione del tema dato o mediante un elemento generale, o usando un particolare per il tutto (vedi l'esempio della ciminiera), ma sempre cercando di conferire all'immagine il valore simbolico evocativo che desideriamo.
Ricorriamo a una esemplificazione circa l'uso di un elemento generale per un soggetto specifico. L'identificazione di un'idea in un simbolo è il risultato di una somma di elementi tradizionali. Nella tradizione di ogni popolo ci sono elementi che nel passato hanno avuto una funzione positiva e che nel presente rappresentano un freno allo sviluppo di nuove risorse materiali e di nuove idee, e ci sono elementi che non hanno ancora esaurito la funzione positiva che hanno esercitato nel passato. Ad esempio il teschio, la croce, la bandiera rossa, la falce e il martello e cosí via sono divenuti simboli attraverso il valore che questi segni hanno acquisito nell'uso delle comunicazioni visive. Infatti il teschio è simbolo della morte e oggi viene usato come avvertimento del pericolo sia su una bottiglia di veleno, sia su apparecchiature elettriche o meccaniche, che per qualsiasi altro caso di pericolo mortale. Cosí la croce, simbolo del cristianesimo, nasce come « segno » ancora prima del cristianesimo stesso, ma oggi rappresenta l'ideologia della Chiesa e ne afferma il potere. Cosí la bandiera rossa (si ricordi che questo colore significa amore, sangue, lotta) mantiene nel segno della bandiera gli stessi significati e diventa il

simbolo del socialismo. Cosí la falce, strumento usato nel lavoro dei campi dai contadini, e il martello, usato dagli operai nelle officine, intrecciati, sono divenuti il simbolo dei lavoratori, perché rappresentano la sintesi contadini-operai e continuano a esserlo anche se oggi, sia per il lavoro agricolo che per il lavoro industriale, questi utensili sono stati superati. Ma questo simbolo rappresenta ormai le molte lotte che sono state condotte in tutto il mondo dai lavoratori per l'emancipazione del proletariato; quindi il significato realistico del segno è diventato il simbolo del socialismo e del comunismo.
Abbiamo voluto fornire questi esempi di sintesi visiva che racchiudono idee per meglio precisare che, nella progettazione di manifesti che abbiano il compito di propagandare concetti, tener conto dei simboli e saperli utilizzare adeguatamente facilita la ricettività da parte del pubblico e consente di raggiungere l'obiettivo piú facilmente. Nel presentare un bozzetto, dunque, raggiungere l'essenzialità significa saper usare il « segno » o il simbolo, significa saper incidere in modo piú sensibile, significa compiere operazioni preliminari di studio, cosí da aver chiarito e raggiunto la sintesi per poter tradurre il tema in comunicazione visiva.
Vi sono dunque oggi una serie di segni e simboli che già sono entrati nella nostra memoria, ad esempio le frecce, il segno del telefono, i diversi simboli di carte geografiche, i simboli dei partiti e cosí via. Nel caso quindi di manifesti il cui tema si riferisca a simboli già entrati nel comune vocabolario, sarà bene utilizzarli ed evidenziarli perché il pubblico a cui si rivolgono possa piú facilmente recepirli.
Vogliamo però mettere in guardia sul « segno » come soluzione puramente formale, slegato dal tema. In questo caso, è evidente che per raggiungere lo scopo della incisività e della memorizzazione del tema sarà

necessario un « lancio » particolare, che leghi quel « segno » al tema, diffondendolo sia per mezzo di manifesti che per mezzo di pagine pubblicitarie su riviste e giornali, sia per mezzo della televisione che per mezzo di opuscoli, tanto da imporsi come comunicazione di massa.
È evidente che, quando si tratta di prodotti, la cosa può risultare necessaria nei confronti della concorrenza, ma, se si tratta di propaganda sociale, noi crediamo che l'efficacia si otterrà quando la visualizzazione abbia in sé l'elemento « idea », comprensibile e recepibile da tutti senza equivoci. Questo implica non una banale scelta di elementi scontati, ma una rigorosa analisi del tema e un rigoroso studio di soluzioni di visualizzazione con tecniche e modi nuovi e attinenti alle possibilità che oggi abbiamo nella riproduzione di grande tiratura.

Il testo

Le scritte e soprattutto le immagini rappresentano dunque le componenti di una comunicazione visiva. Alla loro efficacia, alla loro « scientificità » è legata la possibilità che il messaggio sia percepito, memorizzato, rielaborato a livello della coscienza. E ciò, evidentemente, non solo per il valore che scritte e immagini hanno in sé, ma per ciò che richiamano alla mente, per le associazioni di idee che determinano in ciascun soggetto. Del resto, che la conoscenza della natura e dei meccanismi della percezione visiva sia un grosso problema e, insieme, un campo per indagini sempre piú sofisticate è provato, come abbiamo visto, anche storicamente, dall'attenzione ad essa dedicata attorno agli anni venti dalla scuola Bauhaus e dal movimento artistico e culturale sviluppatosi nell'URSS nel periodo immediatamente successivo alla rivoluzione d'ottobre.

Oggi la tematica della percezione è divenuta piú ricca e complessa, per il fatto che il messaggio visivo viene rivolto a destinatari « in movimento », in prevalente situazione dinamica (anche se permangono casi e momenti di fruizione statica della comunicazione). In altre parole, la maggior mobilità sociale (si pensi al grande traffico interurbano) pone il problema di come un cartellone possa « colpire » il pubblico col massimo di penetrazione.
Il testo, in questo caso importante, deve integrare l'immagine, e i due elementi devono essere armoniosamente fusi. Ricordiamo a questo proposito il manifesto cm. 65 x 45 di Ben Shahn, americano di origine russa, progettato e affisso in occasione della commemorazione di Sacco e Vanzetti nel 1958. Ben Shahn ha saputo rendere in questo manifesto la drammaticità dell'avvenimento. Il ritratto scarno, ottenuto con pochi segni, gli occhi vuoti dei due lavoratori esprimono la loro sofferente dignità nel momento della condanna. I polsi incatenati scompaiono di fronte alla dimensione dei volti. L'immagine si lega a formare un tutto unico con il testo che, testamento morale dei due condannati, è stato scritto a mano e non a macchina, ed è cosí particolarmente incisivo. La scritta del manifesto consiste nelle parole che Vanzetti pronunciò a sua difesa, e dice: « Se non fosse stato per queste cose, io avrei potuto vivere la mia vita, parlando agli angoli delle strade, alla umile gente, avrei potuto morire senza marchio, sconosciuto, un fallimento. Ora noi non siamo un fallimento, questa è la nostra carriera, il nostro trionfo. Mai in tutta la nostra vita avremmo potuto sperare di fare un simile lavoro in favore della tolleranza, per la giustizia, per la comprensione reciproca tra gli uomini, cosí come ora noi facciamo per un incidente. Le nostre parole, le nostre vite, le nostre pene, nulla! La cattura delle nostre vite, vite di un buon calzolaio

e di un povero venditore ambulante di pesce, tutto! Questo ultimo istante ci appartiene. Questa agonia è il nostro trionfo ». Questo manifesto è testimonianza valida che, quando il rapporto forma-contenuto è risolto con la sentita partecipazione dell'autore, si hanno opere di indiscusso valore d'arte.
Per i cartelloni di solo testo è necessario conoscere i diversi tipi di caratteri tipografici, anche nella loro struttura, per saperli utilizzare in funzione dei diversi temi e dell'impaginazione del testo.
Le famiglie di caratteri piú conosciuti e maggiormente utilizzati oggi sono: Bodoni, Garamond, Baskerville, Helvetica, Hass, Mercator, Fantasia, Inglese, Bastone; quest'ultimo tipo di carattere è tra i piú usati, perché facilmente leggibile. Questi i tipi piú comuni, ma le fonderie di caratteri, come per esempio la Nebiolo in Italia, studiano e perfezionano continuamente nuovi tipi di famiglie di caratteri. Anche i caratteri subiscono le influenze delle arti plastiche in ragione dell'uso che oggi, sempre piú massicciamente, viene fatto della tipografia e della fotocomposizione per le comunicazioni visive di ogni tipo, dai manifesti ai volantini, dalle locandine alle etichette, ecc. Il disegno di una lettera può avere molte varianti, ma il primo pregio deve essere l'alto grado di leggibilità. Le fonderie si dovrebbero avvalere dell'opera di oculisti e biologi, grafici e disegnatori specializzati per preparare nuove serie di famiglie di caratteri, e per fare bene questo lavoro occorre senso delle proporzioni, ricerca attenta ed estrema precisione.
Un alfabeto deve essere omogeneo, saper mantenere rapporti giusti tra le diverse lettere e raggiungere nella formazione delle diverse parole un legame tra lettera e lettera, che permetta al lettore di coglierne rapidamente il senso. Dice Luigi Figini, nel suo libro *Come nasce uno stampato*, che la leggibilità del carattere è deter-

minata: 1) dalla forma grafica delle lettere; 2) dai bianchi interni delle lettere e dai bianchi esistenti tra lettera e lettera; 3) dal rapporto tra il corpo del carattere, la sua forma grafica e la spaziatura tra parola e parola; 4) dal rapporto tra il corpo del carattere e la giustezza delle linee (o righe); 5) dal rapporto tra l'occhio del carattere e l'interlineatura delle linee (o righe); 6) dai margini e dai bianchi che circondano i « testi ».

Questi sono elementi indispensabili, che ogni grafico-cartellonista deve valutare e tener presente quando presenta un bozzetto in cui il testo è l'unico elemento della comunicazione visiva. In una comunicazione visiva su cui vogliamo attirare l'attenzione del pubblico con le sole scritte, il tipo, cioè la forma del carattere, il corpo, cioè la grandezza del carattere, la disposizione del testo, i colori sono i quattro elementi fondamentali per una resa efficace e una visibilità ottimale della comunicazione.

L'impaginazione del testo deve essere accuratamente studiata, e bisogna ottenere una soluzione visiva che corrisponda al contenuto, dia rilievo alle parti essenziali e permetta al lettore frettoloso di recepire la comunicazione nei suoi dati importanti.

Un bando di concorso, una disposizione comunale, uno slogan politico, l'avviso per una festività nazionale, una « lettera » ai cittadini, il programma di una stagione teatrale hanno esigenze diverse. Ognuno di questi esempi presuppone uno scopo e un tipo di testo diversi e un pubblico diverso; pertanto, la scelta del tipo di carattere, l'impaginazione e il colore sono determinanti per una buona trasmissione e recezione del messaggio.

Una regola che non bisogna dimenticare è la suddivisione del testo secondo il suo significato, e questo per facilitarne la leggibilità e la comprensione. Ma un ma-

nifesto di solo testo e con scritte a mano può colpire il pubblico in modo altrettanto incisivo di un manifesto con immagini: questo dipenderà da come le scritte saranno state risolte, dall'uso del colore, dalla corrispondenza tra scritta e significato del testo e, naturalmente, prima di tutto, dal contenuto.
Saper utilizzare in modo opportuno i caratteri tipografici o saper inventare una scritta per una comunicazione visiva può essere determinante per il significato stesso del messaggio. Per conseguire il risultato di scritte armoniche, compatte, spontanee occorre anzitutto capire bene il tema, mettere a profitto il ragionamento e l'immaginazione e, inoltre, fare molti esercizi di precisione, fino ad avere la sicurezza del tratto e la scioltezza di mano necessarie.

Gli slogan

Ripetiamo che ogni epoca ha i suoi valori artistici, ed ha sempre cercato e trovato un'espressione formale che rispondesse ai suoi contenuti ideologici, al suo mondo, alle sue forme, creando una propria scala di valori anche nel giudicare il passato. In effetti, è sempre piú facile, e in particolare nell'attuale fase di grande incremento dei consumi della società capitalistica, comunicare attraverso immagini che si riallacciano a cose ovvie, perché il nuovo, l'inconsueto obbligano ad uno sforzo di attenzione e di riflessione. E questo avviene nonostante l'enorme diffusione di tecniche avanzate e la facilità con la quale ad esse si accede.
Neppure gli slogan sono un'invenzione dei nostri giorni. Essi risalgono a diversi secoli or sono. Una delle prime frasi pubblicitarie di cui si abbia notizia fu inventata infatti nel 1633, e la si legge in un proclama reale francese. Questo slogan, usato per far conoscere

un nuovo tipo di sapone, dice esattamente: « Savon blanc lave plus blanc »; si tratta cioè di uno slogan usato ancora oggi per la pubblicità di uno dei tanti detersivi in commercio: « Sapone bianco lava piú bianco ». È curioso notare che la produzione di sapone era monopolio della famiglia reale, e ciò sta a dimostrare che anche nel passato la pubblicità migliore era al servizio dell'industria piú potente, in grado di pagarne le spese.
Dunque, come per la propaganda, anche nel campo della pubblicità ricorrere a forme astratte, obsolete, già utilizzate o di « moda » diventa una soluzione di comodo, che spesso denota mancanza di approfondimento e di ricerca.

Il nuovo e la ricerca

Si è già scritto molto sulle nuove tecniche nel settore grafico. Certamente con gli attuali sistemi di composizione, di riproduzione, di stampa e di confezione si raggiungono tirature e qualità altissime. Certo il diritto alla cultura pone problemi di grande serie, ma proprio perché le immagini *oggi* sono facilmente riproducibili è necessario che il prototipo da riprodurre abbia maggior valore. La preparazione dello studente grafico *oggi* deve essere quindi piú ampia dal punto di vista culturale, per poter progettare modelli validi per *domani*.
Con tecniche avanzate, le industrie producono nuove macchine sempre piú perfette e complicate, ma la scuola non può investire somme enormi per impianti che si ammortizzano solo con una produzione di massa. Gli « investimenti » di una scuola come la nostra devono essere di uomini. Uomini preparati *oggi* per un domani migliore che loro stessi, uomini lavoratori stu-

denti, cambieranno « emancipandosi da sé medesimi ». È evidente, cosí, che le radici culturali non devono costituire un freno a nuovi trapianti; e nemmeno può essere evocata una giustificazione storica per impedire la piú libera ricerca di una cultura non piú responsabile dei delitti che la nostra società continua a consumare.

La stessa storia dell'arte non può essere accettata nelle forme attuali di copertura e di mistificazione. La stessa cultura figurativa deve sottolineare maggiormente gli aspetti visivi propri di una società nuova, che sta nascendo, con visioni anticipatrici di un *domani* che noi stessi, e gli studenti delle future generazioni, potremo costruire, se già *oggi* si piantano responsabilmente, entusiasticamente, le nuove radici in un terreno storico nel quale i protagonisti siano le nuove generazioni, che sole costituiscono la speranza e la forza della ragione. Dobbiamo sentirci, come insegnanti, responsabili verso gli studenti, anche perché il loro numero è in aumento e quindi la loro collocazione sociale dopo la scuola deve già oggi costituire per noi un impegno per il loro domani.

Grafici non piú educati come artefici delle arti, non piú indirizzati al progetto ispirato al « bel mezzo », come il pittore di cavalletto, non piú come il designer che attraverso il bell'oggetto conforta la società ammalata, non piú come uomo elegante, mondano, sorridente, scettico, egoista, narcisista, amante dei formalismi, « programmato », ma grafici che sentano responsabilmente il valore della comunicazione visiva come mezzo che contribuisce a cambiare in meglio le cose peggiori. Grafici modesti, lavoratori tra masse di gente semplice che ha il diritto di partecipare alla comunicazione, alla cultura, al sapere, alla gestione sociale. Grafici che sentano che la tecnica è un mezzo per trasmettere cultura e non strumento fine a se stesso per giustificare

la sterilità del pensiero o peggio per sollecitare inutili bisogni, per continuare a progettare macchine, teorie, mostre, libri e oggetti inutili.
È ormai tempo di riconoscere alla cartellonistica il merito « artistico » che giustamente le compete come mezzo ed arma per la liberazione dei popoli.
Oggi denunciare il pericolo mortale del fascismo spetta non solo a coloro che ne furono i piú strenui avversari o che hanno subíto persecuzioni: spetta alle nuove giovani generazioni, per difendere la loro stessa sopravvivenza; spetta anche a quanti, attraverso la cartellonistica, possono far giungere in ogni luogo l'immagine del pericolo fascista e mobilitare le coscienze per la difesa dei valori fondamentali della libertà e dignità umana.
Ricordo che una volta, preoccupato dell'invadenza di una pianta di ortensie, cercai con una scure di tagliarne piú rami possibile e di tagliarne anche la radice; da solo però non mi fu possibile estirparla. Oggi la pianta di ortensie è piú grande di prima, è piú forte di prima. È la radice del capitalismo che bisogna estirpare e distruggere.

Biografia

Albe Steiner nasce a Milano il 15 novembre 1913, da madre toscana e padre cecoslovacco ma con cittadinanza italiana. La forte personalità e le culture dei genitori, profondamente italiana l'una e mitteleuropea l'altra, influenzarono la sua infanzia e adolescenza. Il nonno materno, mastro dell'arte del ferro, anarchico di una nota famiglia pisana, ebbe sette figli, molto legati tra loro: Velia sposò Giacomo Matteotti, Nella il giornalista Casimiro Wronoskij, Settima un ufficiale dell'esercito austroungarico, Fosca, sua madre, soprano, dopo aver riscosso numerosi successi, abbandonò col matrimonio la lirica, carriera intrapresa accanto ai fratelli, il baritono Titta Ruffo e il direttore d'orchestra Ettore. Per questo nella sua casa passarono i piú noti personaggi del mondo del teatro lirico dell'epoca.
Il padre, Emerico Steiner, bibliofilo accanito e industriale illuminato, nato a Ledec, partecipò giovanissimo alle lotte per l'indipendenza della Cecoslovacchia dall'impero austroungarico, poi, trasferitosi a Trieste, studiò alla Scuola superiore di commercio fondazione Revolterra, e vi fondò piú tardi la facoltà di economia e commercio, dove si laureò. Prese la nazionalità italiana nel 1905.
La giovinezza di Albe è profondamente segnata dalla

violenza fascista che colpisce la famiglia: ha 11 anni quando viene assassinato lo zio Giacomo Matteotti. Di qui la coscienza antifascista di militante e di combattente per « la libertà che è cultura ». Morto il padre, nel 1928, dopo essersi diplomato in ragioneria, decide di non continuare gli studi e di non prendere il posto paterno nell'industria ma di dedicarsi alla « grafica », termine adottato da lui e da pochi altri per definire una professione che come tale non esiste ancora in Italia. Sono del 1933 l'impaginazione del pieghevole e il disegno del motociclo 175 della Atala, mentre nel 1936 partecipa a Milano a un concorso per disegni di stoffe. Nel 1939 sposa Lica Covo, che diventerà sua inseparabile compagna di vita, di lavoro e di lotta. Sempre nel 1939 fa il suo primo viaggio negli Stati Uniti di America. Si avvicina al partito comunista con la moglie nel 1940.
Di questi anni sono le realizzazioni di grafica e di design per la Bemberg, Savoma medicinali, Vitafos, Tavannes, Palazzo del ghiaccio, ecc., la prima mostra grafica alla Triennale di Milano e la collaborazione con lo Studio Boggeri. Prosegue la sua attività professionale nei primi anni di guerra, legandosi agli architetti Banfi, Belgiojoso, Peressutti, Rogers, Pagano, Giolli, Albini, De Carlo, ai pittori e grafici Genni e Gabriele Mucchi, Veronesi, Max Huber, Treccani, Birolli, Guttuso, Sassu, ecc., e quindi a tutto il mondo dell'avanguardia culturale antifascista milanese, sempre in contatto, per quanto possibile in quegli anni, con le esperienze del movimento moderno.
Lavora per Agfa, per Rosa e Ballo editori, per riviste di architettura, per *L'informatore farmaceutico*, per Ar Ar, per Domus editore.
Si lega di profondo affetto, e di quella amicizia che durerà tutta la vita, con Totò e Vittoria De Benedetto, Ginetta e Elio Vittorini, Genni e Gabriele Mucchi,

con cui si occupa fino alla Liberazione della stampa clandestina. Nel 1943 con Lica è partigiano in Val d'Ossola, commissario politico comunista dell'85ª Brigata Garibaldi. Nel 1943 i tedeschi trucidano il padre e due cugini di Lica a Mergozzo, in Val d'Ossola, e nel 1944 il fratello Mino viene deportato a Mauthausen dove muore poco prima della Liberazione. Questi due episodi lasceranno in lui un segno indelebile.
Dopo la Liberazione è chiamato da Vittorini a collaborare alla redazione e all'impostazione grafica del *Politecnico* e di *Milano sera*; e per Einaudi imposta la « Biblioteca Politecnico ». Allestisce nello stesso tempo con Mucchi le mostre della Liberazione e della ricostruzione.
Dopo le tragiche vicende della guerra, nella primavera del 1946, decide di raggiungere in Messico i fratelli di Lica, dove conosce Vittorio Vidali, l'eroico comandante Carlos del V Reggimento della guerra di Spagna, cui resterà sempre legato con vincoli di amicizia e di militanza politica. Collabora nel periodo messicano con Hannes Meyer, architetto militante comunista, ex direttore della scuola Bauhaus, alla campagna di alfabetizzazione e al Taller di grafica popular, quale membro straniero, con il gruppo di Diego Rivera, Alfaro Siqueiros, Leopoldo Mendez, Alvarez Bravo, Alberto Beltran, ecc., e tiene le relazioni Italia-Messico. È chiamato da Vincente Lombardo Toledano, segretario della Confederazione generale dei lavoratori di America Latina, a collaborare al loro periodico *Partido popular*.
Le difficoltà di inserimento in un paese praticamente semi-coloniale, ma di grande tradizione culturale, e la coscienza di militante politico lo riportano in Italia prima delle elezioni del 1948, dove dà la sua attività al partito per ogni tipo di propaganda, e diviene se-

gretario della sezione Gramsci di Milano per 10 anni. Contro l'ideologia borghese e l'oscurantismo clericale, lavora accanitamente in quegli anni alla scuola del Convitto Rinascita dell'ANPI e in seguito all'Umanitaria, dove resterà fino alla morte, oltreché come insegnante, dal 1951, anche come direttore della Scuola del libro. Partecipa alla campagna per la pace e a quella per la salvezza dei Rosenberg, con manifesti e iniziative che uniscono artisti e intellettuali democratici, e allestisce mostre itineranti per l'Associazione Italia-URSS. Nel decennio 1950-60 lotta per qualificare ed ottenere l'effettivo riconoscimento della professione di grafico, fondando e diventando membro del sindacato artisti di Milano, del Centro studi grafici, dell'Alliance graphique internationale (AGI), del Movimento studi di architettura (MSA), dell'Associazione del disegno industriale (ADI), del direttivo del Centro studi della Triennale di Milano, dell'Unione nazionale collegi associazione periti (Unicap).
In seguito, nel 1961, diviene anche membro dell'Associazione italiana periti esperti e consulenti nell'attività grafica editoriale e cartaria (Aigec), nel 1963 dell'International center for the typographic arts (Icta), nel 1964 dell'International council of graphic design association (Icograda), dell'International designers directory e del Centro studi Bodoni di Parma, e infine nel 1970 è iscritto all'Albo nazionale esperti dell'imballaggio (Anedi).
Nel 1950 è chiamato alla riapertura della Rinascente come art director, responsabile dell'allestimento interno e esterno del grande magazzino, e vi rimarrà fino al 1954; questa esperienza lo porterà nel 1962 ad allestire il primo magazzino a libero servizio Coop di Reggio Emilia.
L'attenzione per la razionale esposizione dei prodotti del grande magazzino, come per l'imballaggio e per il

design per gli oggetti d'uso e di serie, è legata al suo interesse per il miglioramento, da ogni punto di vista, delle condizioni di vita delle masse.

La sua ideologia non è in contrasto con il mondo moderno, ma anzi è uno stimolo e un sostegno nel suo lavoro di grafico, inserito nella produzione industriale. Tutti devono poter usufruire delle conquiste della civiltà, tutti devono potervi partecipare con libera scelta e senza essere puri strumenti del consumismo.

Cosí, sempre con entusiasmo, intraprende le sue numerosissime collaborazioni, cercando di essere, nelle contraddizioni del mondo capitalistico, uno strumento di informazione e di cultura. E scrive: « Quello che per me conta è il rispetto fondamentale del destinatario, cioè dell'utente, in un'epoca in cui esiste la possibilità della ripetibilità dell'immagine. Masse enormi di persone possono godere o usufruire di un prodotto che è il messaggio visivo. Che cosa vuol dire contenuto e forma in questo caso? Il contenuto è la conoscenza specifica dell'oggetto che deve essere visualizzato, sino ad una sintesi cosí evidente che, ridotta nei termini del segno speciale, quindi termini minimi, sia immediatamente percettibile e chiara ».

Negli anni 1950-1960 collabora con Likis, Olivetti, Tre A, Quinn, Carlo Erba, Linoleum, Piccolo teatro della città di Milano, Pirelli, Arflex, Lanerossi, Eternit, Morassutti, Alecta, Cotonificio Cantoni, Necchi, Opi, Heller, Isap, Transparent paper limited, Jaspar, Camera di commercio, Silt, Idrosud, Bathafarm, Piani d'Invrea, Teatro popolare Italiano, Coldinava, Lark, Carimate, ecc., progettando di volta in volta marchi, imballaggi, carte da lettera, opuscoli, pagine pubblicitarie, segnaletica, ecc., rivoluzionando in particolare con la Pierrel Farmaceutici (dal 1956-1959), per cui studia tutta l'immagine coordinata, dal marchio agli

stampati alle confezioni, la grafica di tutto il settore farmaceutico.
Nel campo editoriale, campo che, senza dubbio lo interessa piú di ogni altro, insieme all'insegnamento, soprattutto per le possibilità di intervento che consentono al grafico di progettare dalla copertina, alla pagina interna, agli indici, alle illustrazioni per ottenere un tutto unico rispondente sia al contenuto che alle esigenze del lettore, collabora con le Edizioni Sociali, l'Editrice Giulia di Trieste, le edizioni dell'*Avanti!*, Feltrinelli editore, per cui dà l'impostazione grafica alle riviste *Cinema nuovo, Indicatore EDA, Illustrazione scientifica*, e gli Editori Riuniti, le Edizioni del Gallo, Sugar editore, Zanichelli editore, Tamburini.
Per quanto riguarda i periodici, dà impostazione grafica e partecipa alla redazione di gran parte delle riviste politiche e culturali della sinistra italiana: *Domus, Cantiere, Interiors, Movimento operaio, Rassegna della stampa sovietica, Emilia, Edilizia moderna, Metron, Realismo, Studi teatrali, Stile industria, Il Contemporaneo, Vie nuove, Rivista storica del socialismo, Marche nuove, Mondo nuovo, Argomenti di architettura, Tempi moderni.*
Introducendo un nuovo modo di concepire graficamente il giornale, scrive: « Il valore del contenuto, cioè l'onestà del testo inteso come corretta attività di cronaca e di formazione, non ha certo bisogno di una forma scomposta, volgare, distrattiva, "urlata"; al contrario, titoli e testi hanno, come nei volumi, lo stesso valore. La forma sarà giustamente corretta quando rispetterà il contenuto nel suo autentico valore etico e culturale. Tutto sarebbe piú facile, anche per il grafico, se si rispettasse il lettore e se nel giusto confronto si potesse distinguere, in un regime concorrenziale come il nostro, il giornale senza "rispetto" dal giornale autenticamente popolare e di massa ». Di questo pe-

riodo sono da ricordare, tra gli allestimenti e le mostre, quelle commerciali alla Fiera di Milano, fino al 1952, e l'arredo di Cortina d'Ampezzo in occasione delle Olimpiadi del 1956, in collaborazione con gli architetti Albini e Helg, quelle culturali come la prima mostra dell'estetica del prodotto alla Rinascente nel 1953 (punto di partenza per il premio Compasso d'oro), sempre nel 1953 la mostra del disegno infantile, nel 1955 a Trieste la mostra per l'Ina Case di disegno industriale. In seguito, dal 1961 al 1974, partecipa alla Esposizione Italia '61 a Torino, sul tema « Evoluzione dei trasporti »; sempre appassionatamente attento alle vicende internazionali, allestisce la mostra « La nazione Algeria » nel 1962, a Milano. Collabora alle esposizioni della Triennale con mostre specifiche, dal 1940 alla quattordicesima, nel 1968, alla cui contestazione partecipa lui stesso, e alle Biennali, in cui per l'ultima, nel 1972, allestisce in particolare il padiglione della grafica sperimentale della stampa.
Sempre dal 1960 al '74 collabora con Geigy farmaceutici, Ilses, B.P. Italiana, Steiner junior, Studio 22, Icsid, Aeropack, Aterni, Pae, Ras, A. Pizzi, Sitac, Termolux, Sicet, Pap, Ratti, Steiner bimbi, Mim, Atkinson, Oms, Zambeletti, Banca Ceriana, Keller, Stagni, occupandosi di immagine coordinata, progettando marchi, opuscoli, imballaggi, stampati.
Dal 1960 al 1974 dedica però sempre piú la sua attività alle iniziative della sinistra italiana, e alla stampa di partito (con manifesti, periodici, opuscoli, mostre, stand, festival dell'*Unità*), all'editoria e alla scuola.
Gli scambi culturali che ha in vari paesi (Inghilterra, Olanda, Francia, Canada, ecc.) con i piú noti grafici lo rafforzano nella convinzione della giustezza delle sue scelte rigorose, tendenti al rinnovamento sostanziale e non solo formalistico della comunicazione. Grande importanza ha il suo viaggio a Cuba del 1971, dove è

colpito dalla vivacità culturale di questo nuovo paese. Dedicandosi sempre più all'insegnamento, tiene una serie di corsi e di lezioni: alla facoltà di architettura di Venezia, all'istituto statale Paolo Toschi di Parma, al politecnico di Torino, all'Istituto superiore industrie artistiche (Isia) di Roma e Firenze; viene chiamato all'Istituto statale d'arte di Urbino, dove insegna per 10 anni, alla sezione di microincisione e al corso di giornalismo dell'università, sempre a Urbino.
Nel campo editoriale, è coautore con Caleffi di *Pensaci uomo*, sui campi di concentramento nazisti, e si occupa delle iniziative (mostre, opuscoli e stampati) dell'Associazione degli ex deportati politici nei campi nazisti, fino all'allestimento del museo monumento di Carpi e alla cura delle sue pubblicazioni. Collabora con l'editore Marsilio, le edizioni del Cnr, Bompiani, Schubert, Vangelista, per il quale dà l'impostazione grafica alle collane d'arte, della Resistenza e della saggistica; con la Cei, per la quale imposta le riviste *L'Italia* e *Italy exports*, e i volumi dei *Protagonisti della rivoluzione*, scegliendo ogni immagine e intervenendo anche nella impostazione redazionale dei contenuti; cura pagina per pagina, accanto all'amico direttore editoriale Delfino Insolera, il libro scolastico scientifico sperimentale della Zanichelli, sentendo ancora maggiori responsabilità di educatore nell'editoria che in ogni forma di pubblicazione.
Scrive e pubblica con Lica diciotto dispense di notevole valore sulla *Storia e tecnica della cartellonistica*, per la Scuola di corsi programmati per l'insegnamento a distanza Accademia di Roma, e impagina con entusiasmo ottimista il libro sul Portogallo edito da Teti nell'estate del 1974.
Tra le riviste a cui dà l'impostazione grafica in questi anni sono *Problemi del socialismo, Film selezione, Rinascita* (per cui, quando diventa settimanale, si incon-

tra e lavora personalmente con Togliatti), *L'Unità, Oggi* (quotidiano che non fu mai pubblicato), *Modena oggi, Fotofilm, Utopia, L'Erba voglio, La Sinistra, Mondo operaio, L'Italia contemporanea, Orientamenti nuovi* e infine *Noi giovani*, non realizzato.
Nell'arco di tutta la sua attività, non abbandona mai l'opera di ricerca nel campo della fotografia e della pittura, i cui risultati vengono anche utilizzati nel lavoro professionale, ma per lo piú gli servono sia da stimolo nella continua sperimentazione di nuove tecniche nel campo grafico, sia come espressione dei propri sentimenti; ne sono un esempio i disegni fatti per gli amici o i libretti preparati in occasione dei compleanni delle figlie o delle nipoti.
Muore a Raffadali il 17 agosto 1974, ospite dei De Benedetto.
Il 7 dicembre 1974 il comune di Milano gli conferisce la medaglia d'oro di benemerenza civica alla memoria con la seguente motivazione: « Antifascista militante, partigiano in Val d'Ossola, fondò con Elio Vittorini il giornale *Il Politecnico*, centro vivo di cultura democratica in senso moderno. Artista di alto livello nel campo della grafica, fu maestro delle forme di comunicazione collettiva, innovando la tradizione italiana con soluzioni ardite e personalissime ».
Suoi lavori e manifesti sono nei musei di Amsterdam, Amburgo, Varsavia, Stoccolma, New York (Museum of Modern Art e Lincoln Center), nelle università di Los Angeles, Stoccolma e Vienna.

Premi e riconoscimenti

1936 7° classificato concorso disegni stoffe Nuova vita Milano.
1942 1° classificato concorso Domus.
1947 Medaglia di bronzo VIII Triennale di Milano.
1949 1° classificato concorso per la rivista *Emilia* di Bologna.
1951 Medaglia d'argento IX Triennale di Milano.
1951 Diploma Gran premio IX Triennale di Milano.
1951 Diploma per impegno e contributo nella lotta per la pace Anpi (Associazione nazionale partigiani di Italia) di Milano.
1954 Collaboratore premio Palma d'oro di Milano.
1954 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per calendario da tavolo) di Milano.
1955 Medaglia d'oro Triennale di Milano.
1955 Segnalazione Compasso d'oro (per barattolo calendario di legno) di Milano.
1956 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per penna stilo Duo Cart Aurora, modello junior) di Milano.
1956 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per confezione cartucce ricambio per penna stilo Duo Cart Aurora) di Milano.
1956 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per cartoncini ad incastro attrezzi da vetrina, Aurora) di Milano.
1956 Diploma di benemerenza VII Olimpiadi invernali

Cortina d'Ampezzo (per l'arredo della città in collaborazione Albini e Helg).

1956 Medaglia d'oro dell'Associazione italiana artisti pubblicitari, Fiera campionaria di Milano.

1956 Diploma di merito Linea grafica e L'ufficio moderno, Fiera campionaria di Milano.

1957 Gettone d'oro premio Pierrel di Milano (per industrial design).

1957 Diploma per contributo Anpi (Associazione italiana partigiani d'Italia) di Milano.

1957 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per imballo di presentazione per penna stilografica 888 Aurora) di Milano.

1959 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per penna a sfera Sele Aurora) di Milano.

1960 Segnalazione d'onore Compasso d'oro (per stilografica Auretta Aurora) di Milano.

1963 Medaglia d'oro al Congresso internazionale di Brighton (Londra) per contenitori spray Aeropac.

1963 Due segnalazioni speciali al Congresso internazionale di Brighton.

1965 Diploma di merito premio Bodoni città di Parma al Concorso nazionale di grafica editoriale promosso dal Centro studi Bodoni.

1965 Diploma di collaborazione alla XII Triennale di Milano.

1965 Oscar dell'imballaggio dell'Istituto italiano imballaggi, Padova (per design Linea Mani Venus Bertelli), Milano.

1965 I Premio Aerosol Internazionale (Pierrel), Milano.

1965 II Premio Aerosol Internazionale (Pierrel), Milano.

1965 II Premio Aerosol Internazionale (Bertelli, prodotto Rador), Milano.

1965 Coppa d'argento per Industrial Design, Tokio.

1966 Medaglia d'oro per l'istituto statale d'arte di Urbino: corso superiore d'arte grafica ad Albe Steiner al concorso per uno stampato che illustri il Palazzo della Pilotta di Parma, indetto dal Centro studi Bodoni di Parma.

1966 Oscar dell'imballaggio dall'Istituto italiano imballaggio di Padova (per contenitori Bertelli Jill).
1967 Premio Bodoni Città di Parma; premio del ministero della pubblica istruzione assegnato all'istituto statale superiore d'arte di Urbino, prof. Albe Steiner.
1971 Diploma premio Linea grafica, Milano (per la migliore copertina).
1972 Medaglia d'oro L'ufficio moderno, Milano (per 25 anni di collaborazione).
1974 Certificato di eccellenza Trademarks da Deko-Press, Franco Maria Ricci editore, Milano.
1974 Post mortem: medaglia d'oro di benemerenza civica dal comune di Milano.

Ha fatto parte delle seguenti giurie:

1951 Concorso Cgil per un manifesto per il 1° maggio, Roma.
1952 Concorso Cgil per un manifesto per il 1° maggio, Roma.
1953 Concorso per un disegno che si ispiri alla donna lavoratrice indetto per la Conferenza della donna lavoratrice, Milano.
1953 Concorso per il miglior disegno alla II Mostra di disegno infantile, Milano.
1954 Concorso per un manifesto celebrativo del cinquantenario dell'Ucc (Unione coperative di consumo) di Brescia.
1959 Premiazione alla rassegna della fotografia italiana promossa dalla Biblioteca civica sestese, Sesto S. Giovanni.
1959 Concorso per oggetti di vetro e di metallo alla XII Triennale di Milano.
1960 Membro della commissione della produzione alla XII Triennale di Milano.
1960 Membro della giuria per la copertina della rivista *Atti*, Milano.

1960 Concorso per il progetto di una copertina indetto tra gli studenti dell'Istituto Rizzoli, Milano.
1960 Concorso per un manifesto « L'Italia è antifascista » indetto dalla Società di cultura di Genova.
1962 Premio Oscar Ipak per l'imballaggio, Padova.
1962 Premio Lorilleux al merito grafico indetto dall'Istituto Rizzoli, Milano.
1963 Premio internazionale di tipografia Milano-Liegi patrocinato dalla provincia e dal comune di Milano.
1963 Concorso rivista *Abitare*, De Padova, Icf per creazioni mobili in grande serie.
1964 Concorso per il simbolo grafico di Radiotelefortuna, Rai-Tv, Milano.
1964 Premio internazionale di tipografia Milano-Liegi patrocinato dalla provincia e dal comune di Milano.
1964 65-66 Commissione speciale per l'Oscar dell'imballaggio istituito dall'Istituto italiano imballaggio di Padova, per « stabilire annualmente le norme che regolano il concorso ».
1964 Concorso fotografico Camera del lavoro di Milano.
1964 Concorso per il museo monumento di Carpi.
1966 Premio internazionale di tipografia Milano-Liegi patrocinato dalla provincia e dal comune di Milano.
1967 Concorso Premio Bodoni Città di Parma.
1968 Concorso di idee per nuovi prodotti destinati ai bambini promosso dalla rivista Abitare e dal Centro Baby Mark, Milano.
1968 Concorso Forma, promosso dalla Nebiolo e bandito sotto l'egida dell'istituto di scienze e arti grafiche del Politecnico di Torino e dall'associazione culturale Progresso grafico.
1970 Concorso Compasso d'oro, La Rinascente, Milano.
1973 Concorso per un'opera grafica sulla Resistenza indetto dalla città di Sesto S. Giovanni.

Ha esposto suoi lavori nelle seguenti mostre:

1933 Mostre per disegni stoffe alla Galleria del milione con Pagotto, Gruau, Brunetta.

1936 Mostra collettiva per disegni di stoffe alla galleria Nuova vita.

1951 Mostra studio Boggeri al Centro studi grafici di Milano.

Agi (Alliance graphique internationale), mostre di grafica: Parigi, Helsingborg 1955, Londra 1956, Losanna 1957, Milano 1961, Ingelhelm 1963, Amburgo 1964, Stoccarda 1965, Tokyo 1965, Vienna, New York 1966, Amsterdam 1966, Varsavia 1967, Stoccolma, Brno 1968, Milano 1974.

1955 Mostra collettiva di disegno industriale, Trieste Ina Casa.

1956 Mostra collettiva di grafica, University of California.

1957 Mostra collettiva di manifesti, Museum of Modern Art, N.Y.

1957 Mostra collettiva (Adi), Parigi.

1958 Mostra di grafica alla galleria Montenapoleone, Milano, coll. Lucini & C.

1959 Mostra collettiva di packaging (Tpl), Londra, con Bass, Bühler, Oksell, Kamekura, De Majo.

1960 Mostra di grafica, Art gallery, N.Y., coll. Huber.

1961 Mostra del libro, Centro studi grafici, Milano.

1961 Mostra ID (Adi, Icsid), Venezia.

1966 Mostra ID (Adi), Napoli, Lubiana

Studi

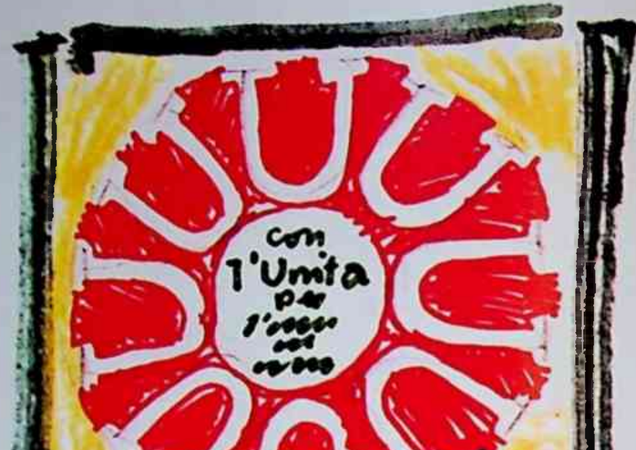

per la ricostruzione
per la costituente
il partito del popolo
5
congresso
della
federazione
comunista
milanese

1

2


l'Unità
l'Unità
PACE
l'Unità
l'Unità
l'Unità
Italia URSS
4
l'Unità





4





6


I pesci grossi

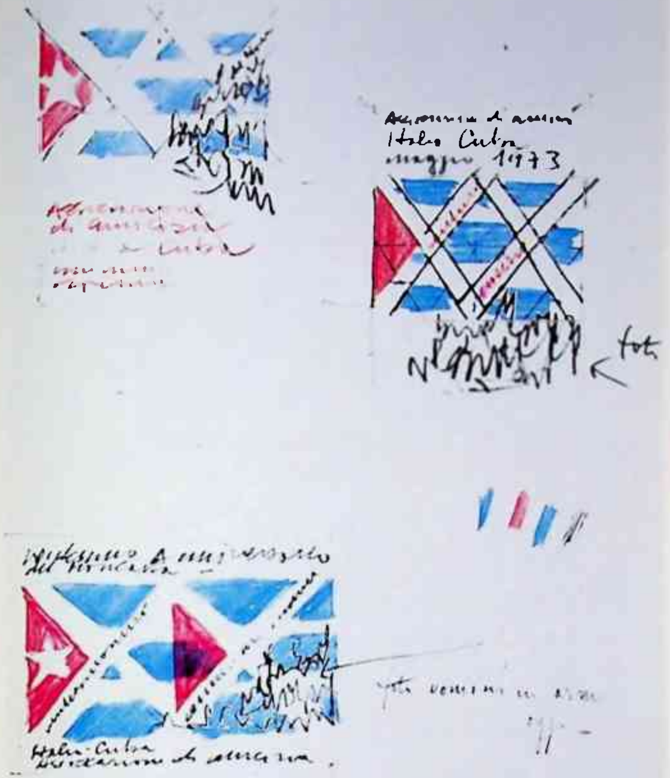

OPERAIA
N.3
30 ottobre 1968
I padroni non sono immutabili


OMAGGIO
A
RAFAEL ALBERTI
AMNISTIA
LIBERTÀ PER LA SPAGNA



8


XX°
Anniversario del cuartel Moncada!
Associazione Lombarda di amicizia Italia Cuba
cm. 70
cm. 50
in composizione: grafica Steiner, stampa serigrafia
tutto Haas Aldo Carlo 12 tondo nero
Consegnato
Steiner
RICEVUTO
il 24 maggio 73
91.000
500 copie · 50X70 2 colori come il campione Carta usomano 120 gr.
fattura a: Associazione Lombarda di amicizia Italia Cuba
Milano, via Padova 61 – C/O circolo B. Brecht


maggio 1973
foto


Festival
della
gioventu'
Milano
Parco Sempione
presso
l'Arena civica
dal 2 al 9
giugno 1973

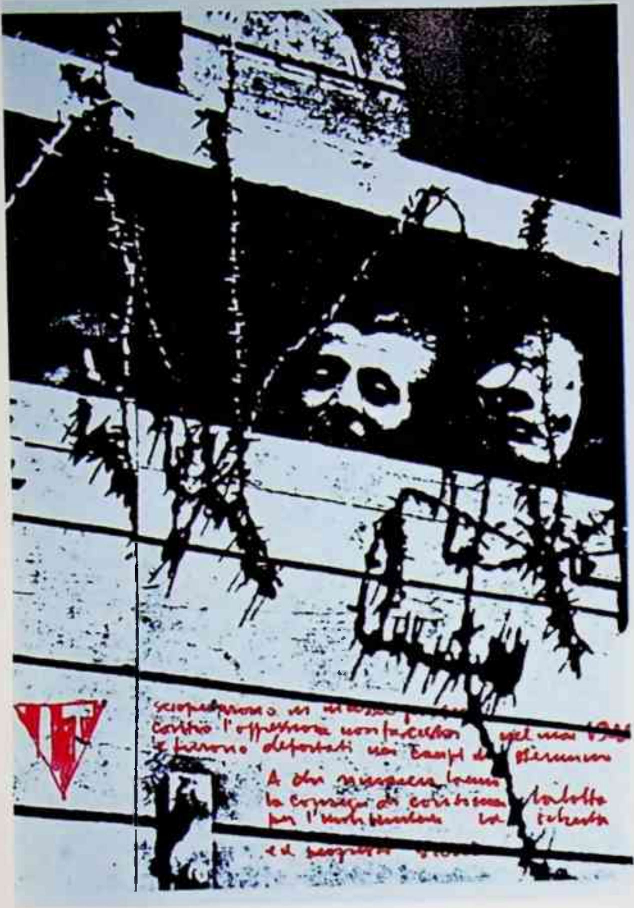
8

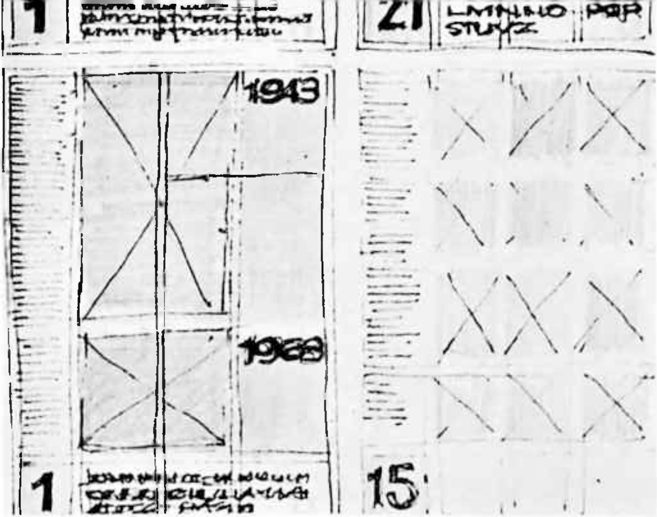

Festival
della
gioventù

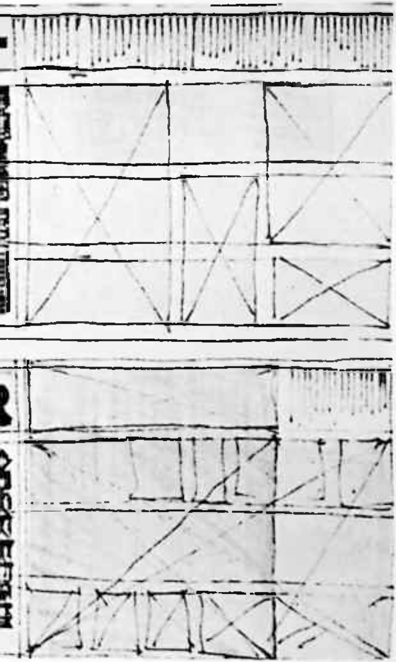

SENZA PROGRAMMI!

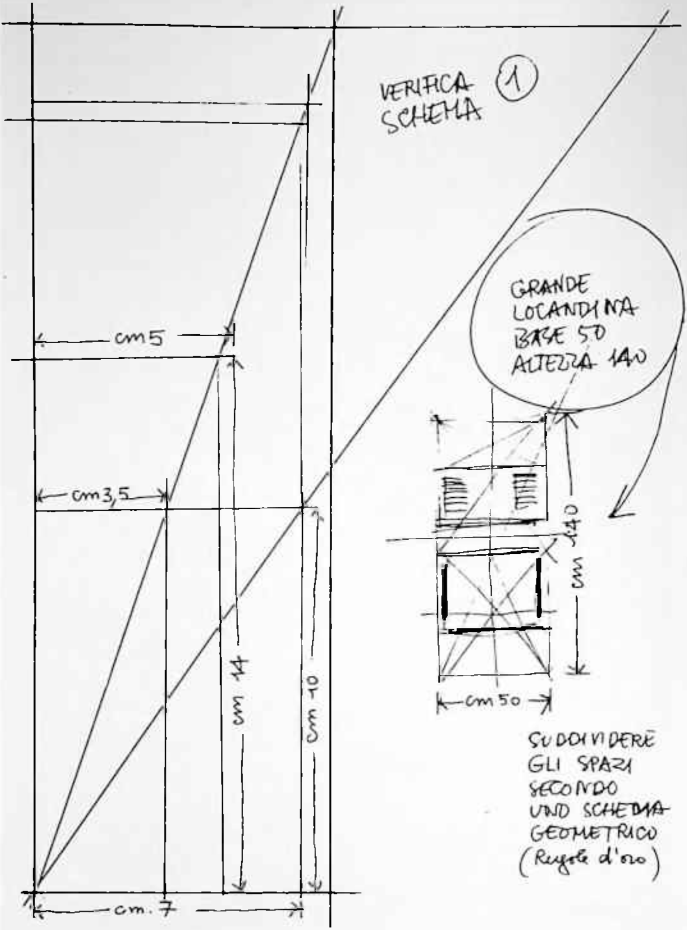

La gioventù unita
grande certezza di libertà
Festa della gioventù
La gioventù unita
grande certezza di libertà
Festa della gioventù
100
100
140


solidarietà per il Cile
in difesa della libertà
contro il colpo reazionario
Il Presidente Allende




1
21
1943
1968
1
15




VERIFICA SCHEMA ①
cm 5
cm 3,5
cm 14
cm 10
cm. 7
GRANDE LOCANDINA BASE 50 ALTEZZA 140
cm 140
cm 50
SUDDIVIDERE GLI SPAZI SECONDO UNO SCHEMA GEOMETRICO (Regola d'oro)


ARBEIT MACHT FREI
fotocopiare e allegare la fotografia.
AGGIUNGERE IL SIMBOLO
IT
(Italia)
STAMPATO IN ROSSO LASCIANDO SOTTO IL NERO DELLA FOTOGRAFIA
fondo pieno
lettere smarginate in testa
togliere i fili verticali ed anche l'ultimo orizzontale
(sono inutili!)
PRIMO STUDIO
2
COSÌ
CONTROLLA LE DIVISIONI DEGLI SPAZI SECONDO LA REGOLA D'ORO

Manifesti di solidarietà antifascista


10 GIUGNO 194
10 GIUGNO 194
BASTA CON LA GUERRA
PER MUSSOLINI !


mostra della
ricostruzione
i C.L.N. al lavoro
A cura del
Comitato di Liberazione Nazionale della Lombardia
all'ex Arengario
dal 1° settembre

¡Viva México!

GRAN ASAMBLEA CIVICA

¿QUE SERA EL PARTIDO POPULAR?

HABLARAN:

Matilde Rodríguez Cabo
Alejandro Gómez Arias
Narciso Bassols
Vicente Lombardo Toledano

Arena México

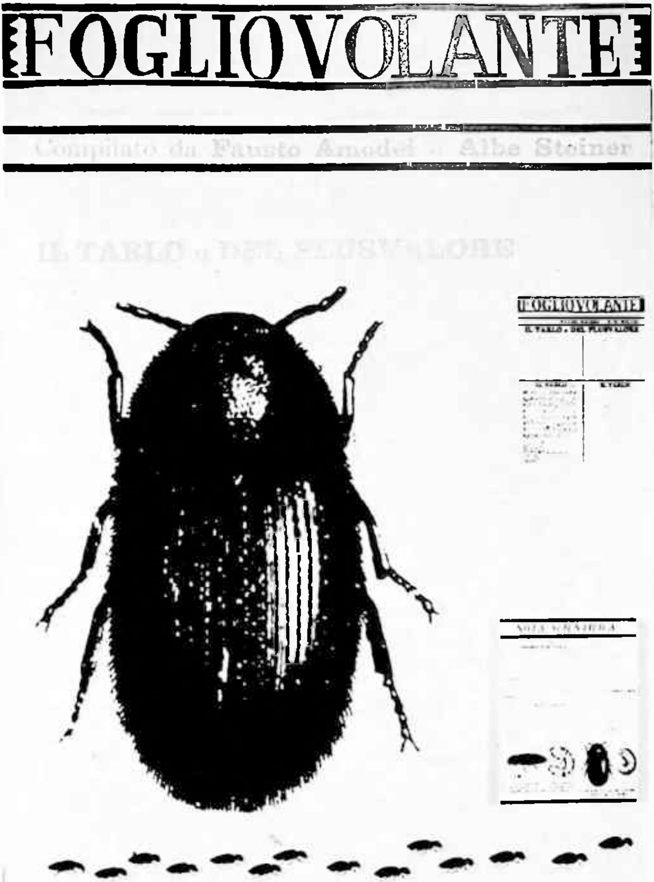
(Doctor Río de la Loza 94)

MIERCOLES 19 DE NOVIEMBRE A LAS 19 HORAS



A cura del Comitato Provinciale Milanese dei Partigiani della Pace
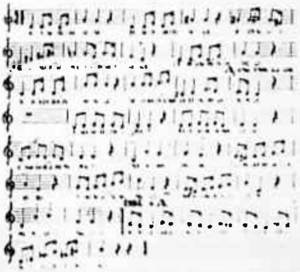



FOGLIOVOLANTE
Compilato da Fausto Amodei e Albe Steiner
IL TARLO DEL PLUSVALORE

FOGLIOVOLANTE

IL TARLO o DEL PLUSVALORE

FOGLIOVOLANTE





FOGLI VOLANTI

Milano la sera di Cuba

Angela come Milano

Asturie Madrid Andalusia

Dalla tua parte Julian Grimau

Le stelle di Angie

Il tarlo o del plusvalore

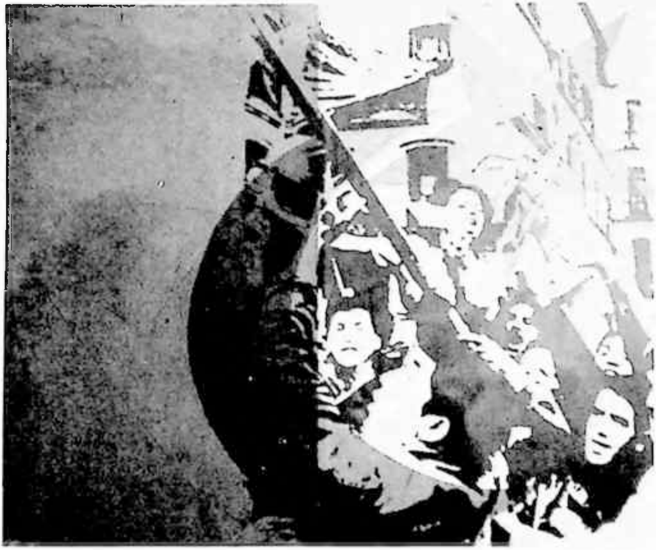
E oggi Lambrakis

IL TARLO

LA NAZIONE ALGERIA

MOSTRA SULLA LOTTA DI LIBERAZIONE DEL POPOLO ALGERINO

Milano Palazzo dell'Arengario
23 giugno 14 luglio 1962
ore 10/13 - 15/23




XXº
Anniversario
del cuartel Moncada !
Associazione Lombarda
di amicizia Italia Cuba



27 aprile 1937-1974   37° anniversario di

a cura degli amici della casa Gramsci di Ghilarza   Centro milanese


MOSTRA VENDITA DI OPERE D'ARTE
A FAVORE DELLA RESISTENZA INTERNAZIONALE
MILANO
CASTELLO SFORZESCO
SALA DELLA BALLA
8 / 30 GIUGNO 1974
MATTINO 9.30 / 12.15
POMERIGGIO 14.30 / 19.30
ESCLUSO IL LUNEDI
DOMENICA E FESTIVI APERTO
ASSOCIAZIONE NAZIONALE PARTIGIANI D'ITALIA

Manifesti sindacali

UNITA' OPERAIA

N.1

15 settembre 1969

Questo giornale murale accompagnerà la lotta contrattuale fino alla conclusione
vuole promuovere il dibattito e il confronto,
informa gli operai degli avvenimenti sindacali più importanti,
generalizza le esperienze maturate nel corso della lotta
dentro e fuori la fabbrica e lancia le parole d'ordine
per mobilitare la classe operaia.
Un'ultima cosa:
impossibile iniziare questa strada con un sindacato ancora diviso

Questo giornale murale vuole essere lo strumento di un nuovo sindacato unitario.

Fim Fiom Uilm

SCIOPERO
AL 100%
NEL
SINDACATO
AL 100%

ELEGGI
IL
COMITATO
UNITARIO
SINDACALE



UNITA' OPERAIA

N.2

1 ottobre 1969

Diritti sindacali

Comitati unitari

Democrazia

Unità



Fim Fiom Uilm

NELLA LOTTA
AL 100%
NEL SINDACATO
AL 100%

Cronaca di Torino

OPERAI E IMPIEGATI
UNITI NELLA LOTTA

SCIOPERO ARTICOLATO
PER VINCERE
LA BATTAGLIA CONTRATTUALE

31 32



UNITÀ OPERAIA N.3 30 ottobre 1969

I pesci grossi

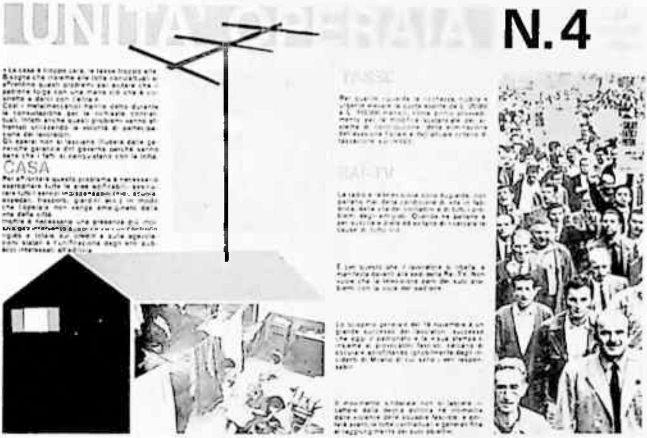
MA CIÒ AUMENTA L'EMIGRAZIONE, DIVIDE LE FAMIGLIE, LASCIA GLI OPERAI SENZA CASE E I FIGLI SENZA SCUOLA, FA SCOPPIARE I SERVIZI SOCIALI

L'emigrazione divide le famiglie

I padroni aumentano la produttività intensificando i ritmi ed i lavori a turno. MA A CIÒ FA CRESCERE GLI INFORTUNI E FA SCAPPARE LA VOGLIA DI IMPARARE

L'UNITÀ OPERAIA COSTRUISCE UNA NUOVA SOCIETÀ

I padroni non sono invincibili



UNITÀ OPERAIA N.4

CASA

RAI-TV

33 34


Federazione milanese CGIL CISL UIL
1 maggio 1973
manifestazione
ore 9.30
corteo
dai Bastioni
di Porta Venezia
ore 10.30 comizio P. Duomo
parlerà
Piero Boni

Manifesti per la campagna della stampa del Partito comunista italiano


Rinascita
MESE DELLA STAMPA COMUNISTA

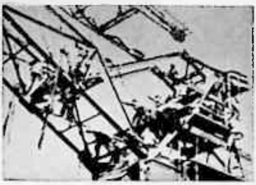


1

l'Unità è il giornale
di chi vive del suo lavoro


tra pochi mesi le elezioni politiche
COME ORIENTARSI
CON TANTE CAMPANE?
acquistando ogni giorno il più grande quotidiano
di opposizione alla politica del governo democristiano
l'Unità
è al servizio di ogni lavoratore, di ogni cittadino che desideri:
1
una politica estera nazionale, indipendente,
di pacifica coesistenza con tutti i popoli
2
un governo democratico delle classi lavoratrici che applichi la Costituzione
e non un regime di intolleranza clericale
3
che nei luoghi di lavoro il dipendente non venga privato
dei propri diritti di cittadino libero
4
che al progresso tecnico e alla crescente ricchezza prodotta si accompagni
il progresso economico e sociale per ogni italiano
ACQUISTATE, DA OGGI, OGNI GIORNO
l'Unità
abbonandovi, riceverete il giornale a casa entro le ore 7

2



lotte del lavoro



politica



cronaca



sport



arte e cultura



pace e amicizia fra i popoli

l'Unità informa e indica ogni giorno la via del progresso, della pace e del socialismo


3
l'Unità combatte la disinformazione
l'Unità
Si delinea all'Assemblea un largo schieramento in favore dell'ammissione della Cina all'O.N.U.
La Carbosarda dà il via

confrontate e riflettete





l'Unità

Il P.C.I. chiede che l'Italia proclami la neutralità atomica

l'Unità

L'U.R.S.S. riduce ancora le sue forze armate e ritira truppe dalla Germania e dall'Ungheria

l'Unità

Da oggi nell'Unione Sovietica sospesi gli esperimenti atomici

CORRIERE DELLA SERA

L'Italia non accellerà il principio della neutralità missilistica e atomica

CORRIERE DELLA SERA

PIENO ACCORDO SULLE BASI DEI MISSILI

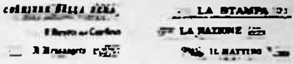
CORRIERE DELLA SERA

SENZA PROVOCAZIONI E SENZA TIMORI

la NATO si rafforza per la difesa del mondo libero

sui fatti più recenti





sostiene l'interdizione delle armi di sterminio e la neutralità atomica dell'Italia

appoggia la lotta dei popoli oppressi dal colonialismo per l'indipendenza nazionale

guida la lotta popolare per un'alternativa democratica al monopolio politico clericale

denuncia le violazioni delle libertà democratiche da parte del governo nell'interesse dei monopolisti e degli agrari

ha sempre denunciato, e con successo, i "forchettoni" d. c.; sono recenti i casi dell'Italcasse, dell'Enal - lotto, del marchese De Cavi, del comm. Giuffrè, e altri

lotta ogni giorno per il diritto dei lavoratori a una piena occupazione, a un più alto salario, ad un'equa assistenza, alla prevenzione contro gli infortuni, ad una pensione decorosa

hanno approvato il riarmo atomico e l'installazione di rampe per missili nel nostro territorio

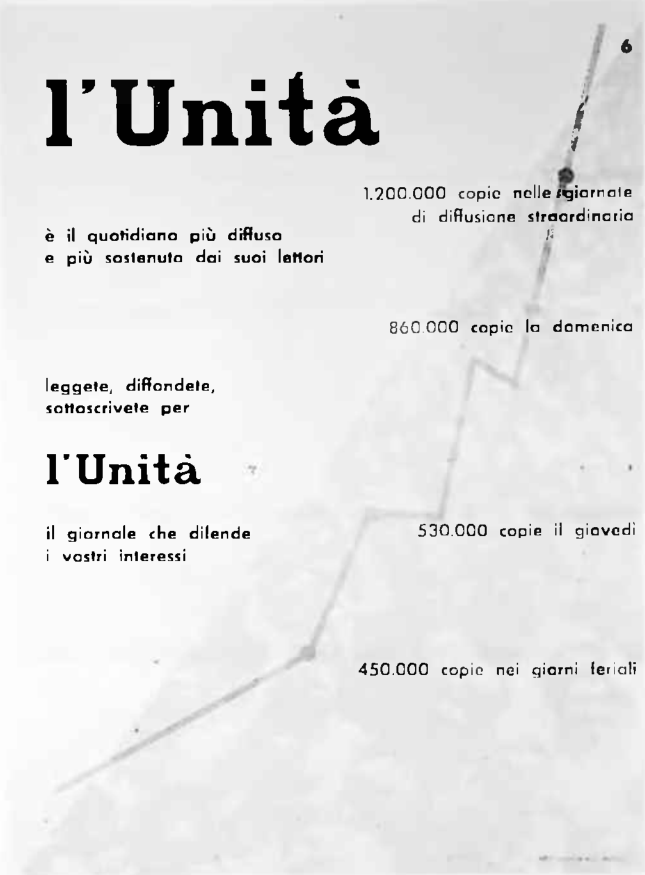
giustificando la repressione coloniale, hanno appoggiato l'aggressione americana al Libano

sostengono Fanfani e le destre che non vogliono l'applicazione integrale della Costituzione

presentano la discriminazione fra gli italiani, le illegalità e i soprusi come "norme" del regime democratico

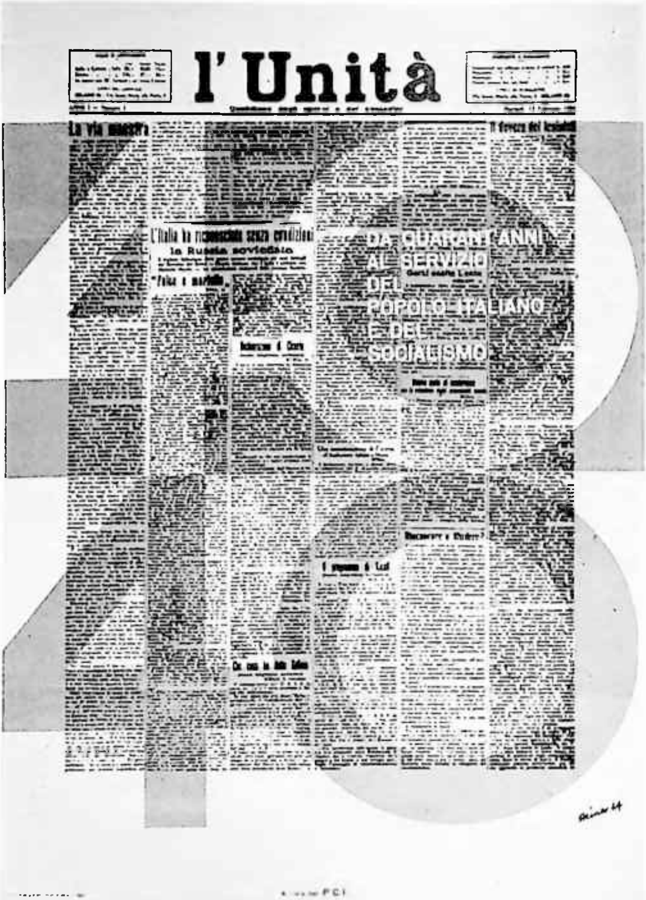
scrivono:
"abbiamo sete di equità, di onestà e di regola morale", ma intanto coprono la corruzione clericale

difendono i profitti padronali e giustificano nuovi licenziamenti nelle fabbriche e la "liberazione" dei contadini dalla terra come "necessari adeguamenti" al M. E. C.


6
l'Unità
1.200.000 copie nelle giornate di diffusione straordinaria
è il quotidiano più diffuso e più sostenuto dai suoi lettori
860.000 copie la domenica
leggete, diffondete, sottoscrivete per
l'Unità
il giornale che difende i vostri interessi
530.000 copie il giovedì
450.000 copie nei giorni feriali

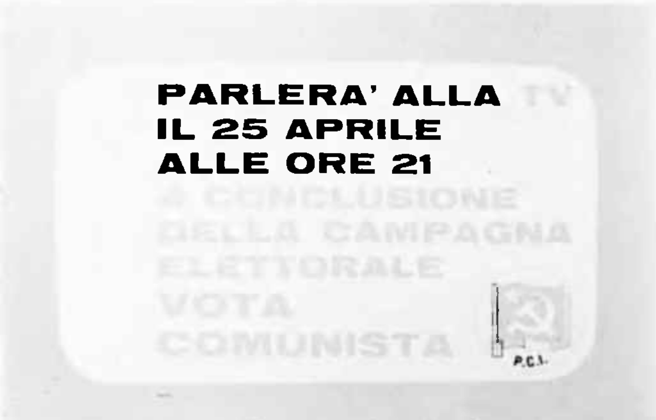

SOTTOSCRIVETE
UN MILIARDO
PER LA STAMPA
COMUNISTA


UN GRANDE
GIORNALE
POPOLARE,
UNA GUIDA
SICURA
l'Unità
PER LA
DEMOCRAZIA
E IL SOCIALISMO
NELLA PACE
CAMPAGNA
DELLA
STAMPA COMUNISTA
1963


l'Unità
La via maestra
L'Italia ha riconosciuto senza condizioni
la Russia sovietica
"Falce e martello"
DA QUARANT'ANNI
AL SERVIZIO
DEL
POPOLO ITALIANO
E DEL
SOCIALISMO
PCI

Manifesti del Partito comunista italiano


TOGLIATTI


PARLERA' ALLA TV
IL 25 APRILE
ALLE ORE 21
A CONCLUSIONE
DELLA CAMPAGNA
ELETTORALE
VOTA
COMUNISTA
P.C.I.


25
APRILE
28 APRILE
UN VOTO
DI
LIBERAZIONE
VOTA
P.C.I.
COMUNISTA


CON I COMUNISTI
PACE
INDIPENDENZA DEI POPOLI
DELLO SFRUTTAMENTO
L'UOMO
GLI IDEALI DI LENIN VIVONO NEL PCI - ISCRIVITI
LIBERTA'


50°
DELLA
RIVOLUZIONE
SOCIALISTA
D'OTTOBRE
Mezzo secolo di lotte e di conquiste
per lo sviluppo della civiltà umana,
per la creazione di un mondo liberato
dalla guerra, dalla fame,
dallo sfruttamento, dall'imperialismo.



È ORA DI CAMBIARE!
È POSSIBILE CAMBIARE
vota
P.C.I.
comunista


25
APRILE
antifascisti
uniti
voto al PCI
P.C.I.


MAGGIO
lavoratori
uniti
voto
al
PCI
P.C.I.


Complesso di coro e ballo
dell'Esercito Sovietico
Milano/Palalido ore 21.15
mercoledì 27 settembre
prezzo unico L. 1000
I biglietti sono in vendita presso l'Amministrazione - via Volturno 33
Federazione milanese del P.C.I.



Solidarietà con il Cile in difesa della libertà contro il colpo reazionario

Il Presidente Allende,
martire del socialismo e della democrazia

Salutiamo il compagno caduto
e nel suo nome chiamiamo alla lotta le forze popolari e democratiche.
La destra reazionaria, i fascisti, i capi militari sostenuti dall'imperialismo,
hanno gettato il Cile nel caos
per portare a compimento il tradimento fino alla congiura,
alla rivolta, all'assassinio.

Unità antifascista in difesa della democrazia.
Solidarietà di massa con il popolo cileno.

Il Partito Comunista Italiano



I militari traditori ed i fascisti stanno precipitando il Cile in un baratro di sangue

Bisogna fermare la mano degli assassini

Si levi immediata la protesta di tutte le forze democratiche

Il Partito Comunista Italiano

Manifesti per la festa dell'Unità


l'Unità
PARCO DI MONZA
12 settembre 1948
MOSTRA
disegno pittura e scultura per pittori dilettanti e professionisti
disegno infantile
disegno satirico
artigianato e del libro
GARE SPORTIVE
ciclismo - pugilato
calcio - pallacanestro
atletica leggera
pattinaggio a rotelle
tiro alla fune
SFILATA CORTEO DA PORTA VENEZIA A MONZA
(Partenza ore 8,45)
carri allegorici
motociclisti e ciclisti
SPETTACOLO CENTRALE
Balletto classico
I migliori cantanti della RAI
Comici
30 orchestrine
Balli all'aperto


FESTIVAL DE'
l'Unità
CON l'Unità
PER L'UNITA' DELLE SINISTRE


FESTA DE
l'Unità


Festival
de
l'Unità


Parco Arena di Milano
7/12 settembre 1972
giov. 7 Giorgio Strehler recita Brecht
Le ballate di Gipo Farassino
ven. 8 Fiaccolata dei giovani per il Vietnam
Recital del Gruppo Folk di Paolo Castagnino "Saetta„
sab. 9 Grande spettacolo musicale con Milva Bramieri e Nazzaro
dom. 10 Mattinata sportiva, gara di pattinaggio
Corale Giuseppe Verdi di Parma
Comizio alle ore 17
Spettacolo teatrale di Tinin Mantegazza musicato da Gino Negri
lun. 11 Spettacolo di arte varia
mart. 12 Ballo popolare con l'orchestra diretta da Vittorio Borghesi
Gruppo folcloristico balli tipici romagnoli
VIALE CONGRESSO


ristoranti
menu
Festival
de
l'Unità

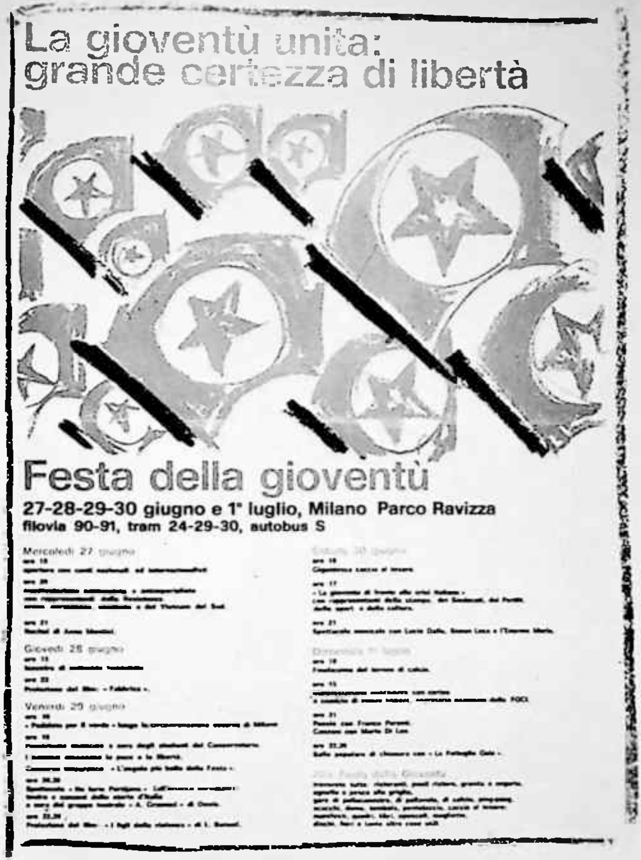

Parco Arena di Milano
7/12 settembre 1972
7 Giorgio Strehler recita Brecht
Le ballate di Gipo Farassino
ven. 8 Fiaccolata dei giovani per il Vietnam
Recital del Gruppo Folk di Paolo Castagnino "Saetta,,
sab. 9 Grande spettacolo musicale con Milva Bramieri e Nazzaro
dom. 10 Mattinata sportiva, gara di pattinaggio
Corale Giuseppe Verdi di Parma
Comizio alle ore 17
Spettacolo teatrale di Tinin Mantegazza musicato da Gino Negri
lun. 11 Spettacolo di arte varia
mart. 12 Ballo popolare con l'orchestra diretta da Vittorio Borghesi
Gruppo folcloristico balli tipici romagnoli
Festival de l'Unità


FESTA
DE
l'Unita'

Manifesti per la Federazione giovanile comunista italiana


Nel nome di Eugenio Curiel
unità dei giovani nella lotta
antifascista
per rinnovare l'Italia
FGCI
Palalido
Milano
24 marzo 1973
ore 21
parlerà
E. BERLINGUER
segretario generale del P.C.I.


FESTA DELLA GIOVENTÙ
MILANO PARCO RAVIZZA 22/30 GIUGNO 1974
FESTA DELLA GIOVENTÙ
MILANO PARCO RAVIZZA 22/30 GIUGNO 1974
avanti
ancora più uniti
contro il fascismo
per la democrazia
verso nuovi successi


La gioventù unita:
grande certezza di libertà
Festa della gioventù
27-28-29-30 giugno e 1° luglio, Milano Parco Ravizza
filovia 90-91, tram 24-29-30, autobus S
Mercoledì 27 giugno
Giovedì 28 giugno
Venerdì 29 giugno


NO
il
dei giovani
difende la libertà
conquista
un avvenire
più sereno

Manifesti realizzati con gli studenti
del Convitto Rinascita, dell'Umanitaria,
del Movimento studentesco


per la pace, l'indipendenza e
la liberta' d'Italia
mese dell'amicizia
con l' Unione Sovietica
24 ottobre-24 novembre 1948
Associazione Italiana
per i rapporti culturali
con l' Unione Sovietica


F. S. M.
Conferenza internazionale
costitutiva del dipartimento professionale
LAVORATORI DEL LEGNO E DELL' EDILIZIA
Milano - Palazzo dell'Arte - 14-15-16 luglio 1948

71 72


libertà
indipendenza
pace
2 congresso
della Resistenza
Milano
23-24 ott. 1948
Associazione Nazionale Partigiani d'Italia


l'unite est la force des travailleurs
unity is the strength of the workers
la unidad es la fuerza de los trabajadores
ЕДИНСТВО-СИЛА ТРУДЯЩИХСЯ
l'unità è la forza dei lavoratori
2ème Congrès
Syndical Mondial
Milan 29 Juin-10 Juillet 1949


Ass. Naz. Partigiani d'Italia
Ente morale D.L. 224 del 5.4.1945
convitti scuola Rinascita
Milano Reggio Emilia Genova Venezia
ATTIVITÀ PER L'ANNO SCOLASTICO
Milano
Genova
Venezia
Reggio Emilia


Fiera di Milano 1951
la guerra
l'ha distrutta
la PACE l'ha ricostruita
PER LA PACE NEL MONDO
UN INCONTRO DEI 5 GRANDI


Unità della classe operaia
Unità di tutto il popolo
per la pace, la libertà
il lavoro
23-24-25 Febbr. 1951
7º congresso
DELLA FEDERAZIONE MILANESE DEL P.C.I.


Società
Umanitaria
Scuole
Fondazione P.M. Loria
Via Daverio, 7 - Milano
Tel. 54.61241-2-3
1971 Sono aperte le iscrizioni ai corsi professionali
1972 diurni e serali per
Elettrauto
Elettronici r.c.
Elettromeccanici
Fotografi
Meccanici d'auto
Meccanici generici
Meccanici tornitori
Orafi
Saldatori
Assistenti grafici
Fotocromisti
Fotoriproduttori grafici
Fotolitografi
Linotipisti
Litoimpressori
Tipocompositori
Tipoimpressori
I corsi sono gratuiti
Le iscrizioni si ricevono presso
la segreteria delle scuole professionali, Via Pace 10,
dalle 9 alle 12 e dalle 18 alle 21 - sabato 9-12


Sono pronto a resistere con
tutti i mezzi anche a costo del-
la mia vita in modo che ciò
possa costituire una lezione
nella storia ignominiosa di co-
loro che hanno la forza ma non
la ragione.
S. Allende
Movimento Studentesco

23 GENNAIO 1973



.nel canto
di chi lotterà
il compagno Franceschi
vivrà !

23 GENNAIO 1974

Il Movimento Studentesco

Venerdi 22/3/74 ore 17,30
Università Statale
via Festa del Perdono

Manifestazione di solidarietà con il popolo spagnolo

Interverrà il compagno Vittorio Vidali l'eroico "Carlos" Comandante del 5° reggimento durante la guerra di Spagna



Movimento degli studenti [illegible]
Collettivo Studentesco [illegible]
Movimento Studentesco [illegible]
Collettivo degli studenti della Università Statale
Compagni delle scuole medie


25
aprile
1945
NO al fascismo!
... occorre agire non parlare.
Questo mostro stava per governare
il mondo! I popoli lo spensero,
ma ora non cantiamo vittoria
troppo presto: il grembo da cui
nacque è ancora fecondo.
Bertold Brecht.


W il primo maggio!
Al grano che abbiamo Seminato
non si potrà mai impedire
di germogliare
alvador Allende 11 Settembre 1973

UNITI SI VINCE



LA LOTTA DEGLI STUDENTI E DEI DOCENTI
CON IL SOSTEGNO DELLE MASSE
COSTRINGE IL MINISTERO
A REINTEGRARE TUTTI I DOCENTI SOSPESI
PERMETTE LO SVILUPPO DI UNA FACOLTA'
SPERIMENTANTE
E AL SERVIZIO DELLE MASSE POPOLARI

movimento degli studenti di architettura

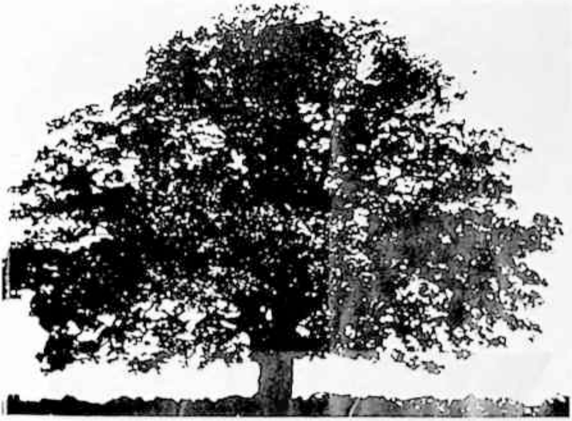
Manifesti per l'Associazione nazionale ex deportati politici nei campi nazisti e per il Museo monumento al deportato politico e razziale nei campi di sterminio nazisti

MOSTRA DELLA DEPORTAZIONE

Torino Palazzo Carignano
14/22 novembre

1959





II CONGRESSO NAZIONALE

Associazione Nazionale
Ex Deportati politici
nei campi nazisti

Torino 14/15 novembre 1959



Associazione Nazionale
Ex Deportati politici nei campi nazisti

V° Congresso Nazionale

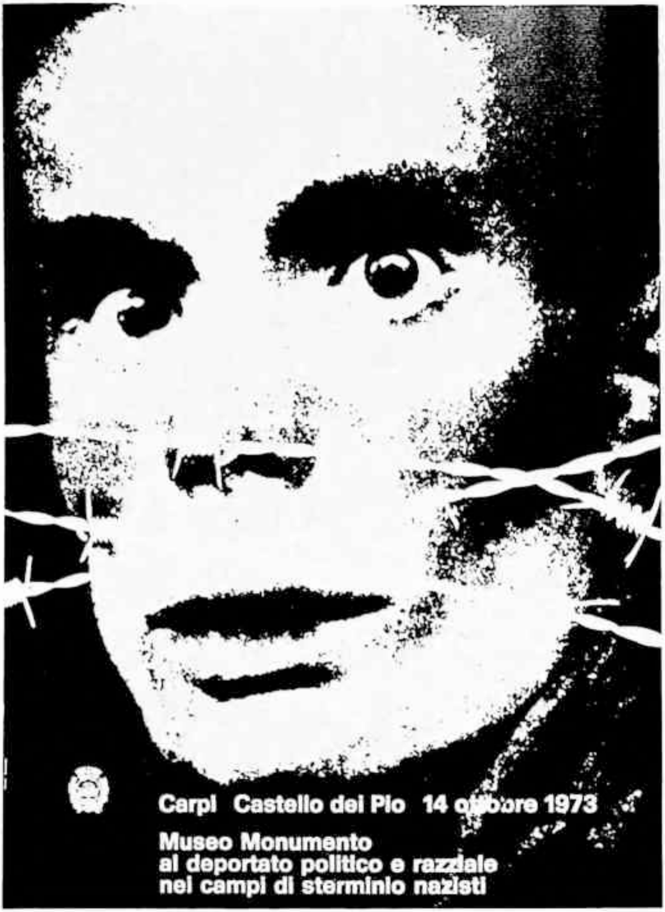
Città di Sesto S. Giovanni
18-19 Novembre 1967

Auschwitz, disegno di Picasso a cura dell ANED


ARBEIT MACHT FREI
Mostra della deportazione nei campi di sterminio nazisti
Milano piazza Duomo sala delle Cariatidi
1970 24 aprile 31 maggio
Arbeit macht frei (il lavoro rende liberi) stava scritto sull'ingresso dei campi di sterminio nazisti
un mondo concentrazionario allucinante
un lucido disegno di sfruttamento
la mostra è allestita dall'Associazione nazionale ex deportati politici nei campi di sterminio nazisti con il patrocinio del Comune di Milano e dell'Ente Manifestazioni milanesi


VI CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
EX
DEPORTATI
POLITICI
TRIESTE 2-3-4 APRILE 1971
SALA DEL RIDOTTO DEL TEATRO VERDI
VIA SAN CARLO, 2
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EX DEPORTATI POLITICI
NEI CAMPI DI STERMINIO NAZISTI


I deportati ammoniscono: dimenticare è colpa
NO
alla destra
al fascismo
e ai responsabili
della sua rinascita
A cura della Associazione Nazionale ex Deportati Politici nei campi nazisti Torino, via Consolata 2


Carpi Castello dei Pio 14 ottobre 1973
Museo Monumento
al deportato politico e razziale
nei campi di sterminio nazisti


Scioperarono in massa
nel marzo 1944
sotto l'oppressione nazifascista.
Furono deportati nei campi di sterminio.
Lasciarono la consegna di continuare la lotta
per l'indipendenza, la libertà e il progresso sociale.
Associazione Nazionale
ex deportati politici
nei campi di sterminio nazisti.

Mostra dell' « Avanti! »


L' Avanti! ha una storia
Avanti!


A Genova nel 1892 nasce il Partito socialista italiano
LOTTA DI CLASSE



La Sicilia insorge
contro lo Stato della miseria



ASSASSINANO LA SICILIA!

Lo scioglimento dei «Fasci» e l'arresto dei presidenti — Complicazioni europee.

...mpagni! Raddoppiamo gli ...!

Il 25 dicembre 1896
nasce l' *Avanti!*





1898 Si chiede «Pane e lavoro». Si risponde con eccidi, stati d'assedio e arresti



1899 La ragione fa la forza e l'Ostruzionismo batte Pelloux



Tumulto

Il presidente, in questo mentre, fa levare [illegible] perchè si proceda alla votazione di [illegible] in conformità del regolamento.

[illegible]

[illegible] Prampolini e De Felice [illegible] e Morgari [illegible] dai banchi [illegible]

[illegible] il banco della urna, per impedire la votazione.

Avanti!

La maggioranza del paese siamo noi

Genova 1900 Per la libertà di organizzazione

sciopero generale

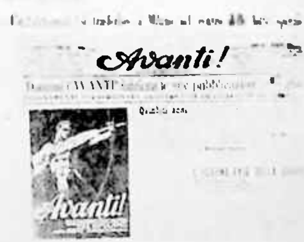



IL GRANDE SCIOPERO

Gli operai in difesa delle rivendicazioni contadine nei grandi scioperi del 1901 e 1907






Avanti!



1911 Si esporta la civiltà in Africa
e le Libie non mancano in Italia



L' Avanti! in via S. Damiano







1915-1918

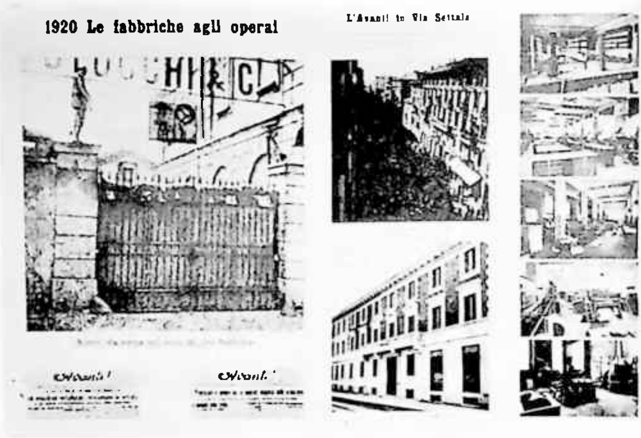
Chi è il nemico?





L' Avanti! ha molti amici




1920 Le fabbriche agli operai
L'Avanti in Via Settala


Le edizioni e i periodici dell'Avanti!
IL FASCISMO

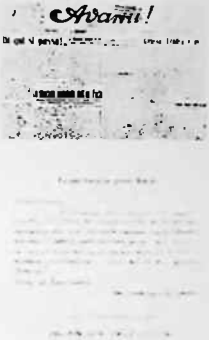
La rabbia devasta







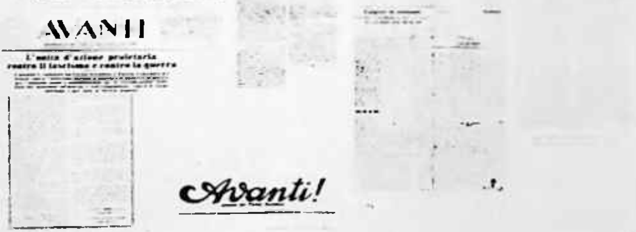
ma l'Avanti passa
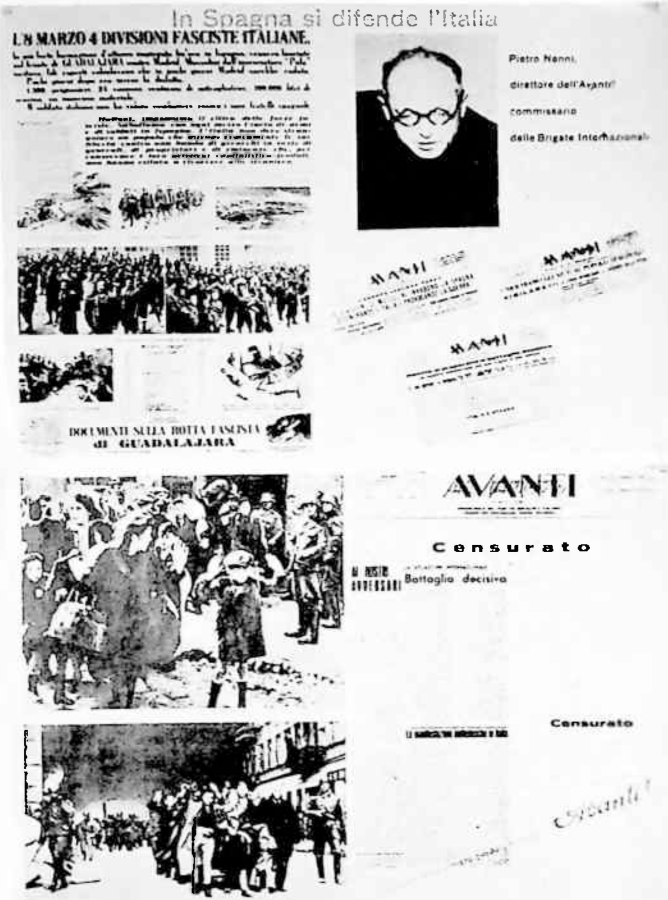


Unità degli italiani contro il fascismo



Avanti! per l'Italia
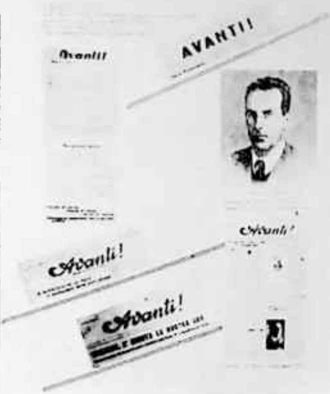



In Spagna si difende l'Italia
L'8 MARZO 4 DIVISIONI FASCISTE ITALIANE
Pietro Nenni,
direttore dell'Avanti!
commissario
delle Brigate Internazionali
DOCUMENTI SULLA ROTTA FASCISTA
di GUADALAJARA
AVANTI
Censurato
Battaglia decisiva
Censurato

106 107

25 luglio 1943
Contro la congiura di palazzo
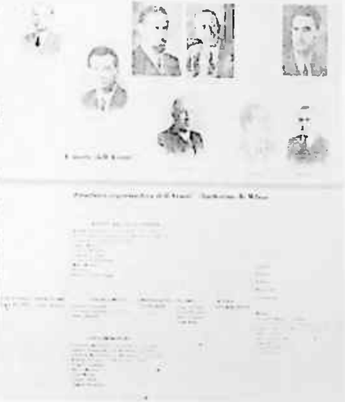


per l'Iniziativa popolare
l'Avanti! risorge clandestino





Il socialismo è la patria





Avanti!

Milano è insorta

Avanti!

Bandiere rosse al vento

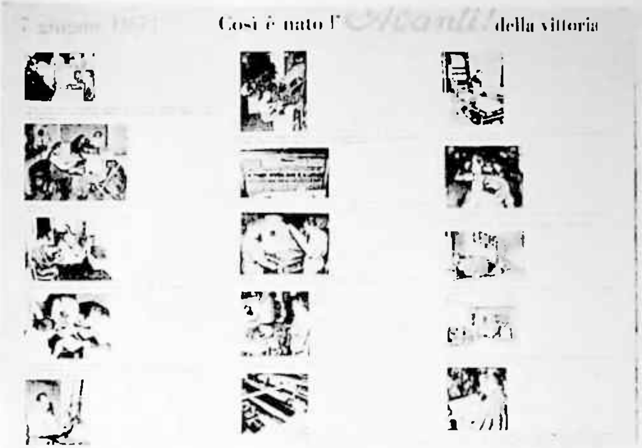
Il popolo ha riscattato con il suo sangue l'onta della dittatura fascista



L'Italia è una Repubblica

Avanti!

REPUBBLICA!



Così è nato l'Avanti! della vittoria



Avanti!

IL POPOLO HA IMPARTITO UNA DURA LEZIONE AI LADRI DI SEGGI

La legge-truffa non è scatta

Le responsabilità di domani

Risultati definitivi

CAMERA

Mostra per il 20° anniversario della Resistenza

25 luglio 1943: cade il governo fascista. Il popolo riacquista dopo vent'anni la libertà per cui aveva sofferto e lottato. Ma il governo succeduto a Mussolini proclama che la guerra continua e si sforza di contenere il ritorno alla vita democratica. L'8 settembre, nei giorni del tragico armistizio, il re, Badoglio e i capi militari fuggono dinanzi alla riscossa nazista. Solo il popolo prende le armi e dà inizio alla Resistenza in un clima di riconquistata unità democratica e antifascista. Cadono i primi eroi. Soldati e popolo si battono da soli contro forze soverchianti. Nascono i primi gruppi armati partigiani. Sono i giorni di fuoco dell'indimenticabile 1943.

1° maggio 1963: a Roma si celebra la vittoria elettorale del 28 aprile. Sono passati venti anni ma il popolo italiano è rimasto lo stesso, fedele alla Resistenza nelle dure e incessanti lotte per la libertà, la democrazia, la pace.



1943



1963

VENT'ANNI DOPO FEDELTÀ ALLA RESISTENZA





L'Unità

Viva il patto d'accordo per l'azione immediata concluso fra il Partito Comunista d'Italia e il Partito Socialista Italiano

IL TESTO DEL PATTO

Una vittoria del proletariato

Lontana e profonda sono le radici della Resistenza italiana. Per 20 anni l'antifascismo generò nelle carceri e nei confini, nell'esilio uno spirito di lotta e di unità contro il nemico comune. L'insegnamento antifascista di Gramsci, Matteotti, Don Minzoni, dei fratelli Rosselli, non andò perduto. Nel 1934, il patto di unità d'azione tra socialisti e comunisti rafforza le basi della lotta contro la guerra e il fascismo. La prova del fuoco si ha in Spagna, dove migliaia d'italiani di tutti i partiti, lottarono uniti contro il franchismo, sostenuto dagli aggressori fascisti e nazisti. Lo scoppio della guerra rinsalda ancora le file dell'antifascismo italiano. La Resistenza nasce nel nome dell'unità democratica e antifascista di tutto il popolo.





2 L'UNITÀ È L'ARMA DELLA RESISTENZA



Dall'8 settembre 1943 l'Italia è tutto un popolo di ribelli. Sulle montagne piemontesi, nella bassa padana, nelle Langhe, sui colli liguri lombardi e veneti, sull'Appennino tosco-emiliano, nelle grandi città oscurate e nei piccoli villaggi, ovunque lottano e muoiono i partigiani. Sono soldati senza uniforme, male armati; ma in essi vive lo slancio garibaldino.



Nei Gap in città, nelle brigate in montagna, uomini e donne, ragazzi e anziani, contadini, operai e studenti marciano col mitra in spalla, sconquassano le retrovie nazista, rendono impossibile la vita all'occupante. I nazisti atterriti li chiamano "banditi". Gli danno una caccia spietata, li torturano. Ma tutto è inutile. Per un partigiano che cade dieci ne sorgono, nel nome della libertà e della lotta contro l'invasore. E' tutto il popolo che è attorno a loro, ogni contrada è patria del ribelle.

3

OGNI CONTRADA È PATRIA DEL RIBELLE

Nelle file della Resistenza la classe operaia è in prima linea. Fin dal marzo 1943, ancora sotto il tallone fascista, le grandi fabbriche del nord scendono in sciopero generale. E' il primo scossone che incrina l'ossatura del regime.







1944: in piena occupazione militare nazista, gli scioperi si ripetono a catena. In ogni grande centro industriale, in ogni fabbrica nascono formazioni partigiane. Contro le distruzioni naziste gli operai vegliano e contrattaccano. Le fabbriche non si toccano! I tedeschi sulla via della sconfitta tentano di fare terra bruciata, di asportare i macchinari. Gli operai rispondono con la guerriglia. Il sangue operaio scorre nei cortili degli stabilimenti, riscatta il tradimento dei padroni. Valletta, mentre infuria la battaglia della Resistenza contro i nazisti, apre le porte della Fiat ai gerarchi tedeschi: e fra loro posa per una foto ricordo. Ha avuto ciò che voleva: il ricordo è restato.



4

LA CLASSE OPERAIA IN PRIMA LINEA

Entrano le donne nel fuoco della battaglia. Non sono soltanto le madri e le spose che nascondono i partigiani braccati dai rastrellamenti nazi-fascisti, che riempiono di cibi di fortuna le loro bisacce. Sono le donne che combattono e muoiono: 263 cadute per la libertà; 14 medaglie d'oro; 17 d'argento e ancora migliaia di trucidate nei campi di sterminio nazisti.



1944: Gisella Floreanini entra nella giunta di governo della Repubblica libera dell'Ossola. E' la prima donna italiana che entra in un governo, è la prova che mentre combattono, le armi in pugno, per la libertà le donne italiane aprono una nuova fase della storica lotta per l'emancipazione femminile.



5

LE PARTIGIANE DELLA LIBERTÀ



Sui 4671 condannati dal Tribunale speciale durante il fascismo, i comunisti erano 4030 e totalizzano in tutto 23 mila anni di carcere. Nella Resistenza i comunisti combattenti furono 210.179 su un totale di 350.425. I caduti furono 40.123 su 69.520; le medaglie d'oro 93; quelle d'argento 217.







I nomi di Curiel e di Irma Bandiera e di cento e cento altri appartengono alla storia della libertà italiana. Per la morte del giovane comunista Dante di Nanni, il comando garibaldino scriveva: "Nessun monumento potrà mai uguagliare quello che ognuno di noi eleva nel suo cuore, nel suo ricordo commosso ai fratelli nostri morti perché l'Italia viva".

OGNI COMUNISTA UN COMBATTENTE ANTIFASCISTA

Lettera di un condannato a morte della Resistenza: "Il giorno 31 mi fu fatta la prima tortura, ed è questo: mi hanno strappato le ciglia e le sopraciglia. Il giorno 1 la seconda tortura, mi hanno strappato le unghie delle mani e dei piedi e mi hanno messo al sole che non puoi immaginare, ma portavo pazienza e dalla mia bocca non usciva una parola di lamento...



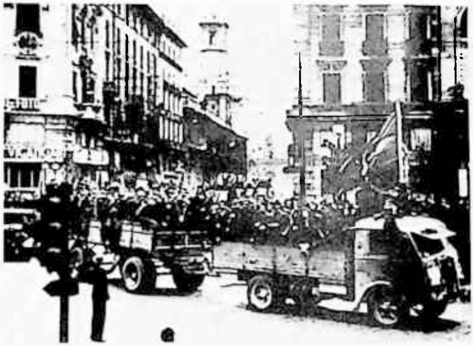
"...Il 2 ancora torture: mi hanno messo ai piedi delle candele accese e io mi trovai legato su una sedia, mi sono venuti tutti i capelli grigi ma non ho parlato ed è passato. Il giorno 4 fui portato in una sala dove c'era un tavolo sul quale mi hanno teso in un laccio al collo per dieci minuti la corrente... E mi dissero di quella tremenda condanna e mi feci vedere molto orgoglioso. Anna tu devi perdonarmi, sii forte a sopportare questo orrendo delitto e fatti coraggio: avrai il tuo amore fucilato alla schiena..."





BARBARIE E CIVILTÀ

Aprile 1945. Esplode l'insurrezione nazionale. Dovunque, prima dell'arrivo degli angloamericani, i nazisti si arrendono ai partigiani. Bologna, Genova, Firenze, Milano e centinaia di altri grandi e piccoli centri italiani sono liberati dalle formazioni popolari.



I fanatici guerrieri di Hitler, a occhi bassi, abbandonano le terre che avevano devastato. Sono i fucilatori di Marzabotto, gli assassini delle Fosse Ardeatine, i persecutori degli ebrei e di migliaia e migliaia di partigiani e di antifascisti spediti a morire nei campi di sterminio. E' la vittoria della civiltà sulla barbarie.



8

VINCITORI E VINTI

a cura del P.C.I.



La nuova Italia nasce nello spirito della Resistenza. Il C.L.N. dell'Alta Italia aveva proclamato: "Non ci sarà posto domani da noi per un regime di reazione e neppure per una democrazia zoppa. Nel governo di domani tutte le classi popolari avranno un peso determinante e un posto adeguato a questo peso avranno i partiti che le rappresentano".



La Repubblica fondata sul lavoro e la Costituzione sono le prime due grandi conquiste del popolo italiano che creano le premesse di un nuovo ordinamento fondato sulla pace, la libertà, la democrazia e la giustizia sociale.

9

NASCE LA NUOVA ITALIA

Nel Sud esplodono le prime grandi rivendicazioni popolari. Il nome di Giuseppe Di Vittorio è il simbolo della lotta di milioni di contadini per la riforma agraria e la rinascita del Mezzogiorno, contro le vecchie classi dominanti.



Dopo il '47, con la svolta reazionaria imposta dalla D.C., il governo si schiera, con la violenza armata, dalla parte dei padroni e sacrifica ad essi gli interessi del Meridione.



10 NEL MEZZOGIORNO LA RESISTENZA CONTINUA

a cura del P.C.I.

Di ritorno dall'America De Gasperi rompe il fronte democratico e antifascista che aveva dato al popolo italiano la Repubblica e la Costituzione. La D.C. scatena, in un clima di guerra fredda, la persecuzione ideologica e il terrorismo poliziesco. E' il momento della restaurazione capitalistica. Il 14 luglio del 1948, con l'attentato a Togliatti, si giunge al punto più drammatico della provocazione antipopolare. La risposta delle masse si leva pronta e vigorosa.







11

GLI ANNI DELLA VIOLENZA E DEL TRADIMENTO





Modena, Melissa, Portella della Ginestra, Montescaglioso, Torremaggiore, Celano... Nei lunghi anni di potere assoluto della D.C., la spirale della violenza si snoda sanguinosa. In totale, dal 1948 al 1963, i lavoratori uccisi sono stati 95, 5 mila i feriti, 92 mila gli arrestati. E' il bilancio drammatico degli anni duri della seconda Resistenza, quella contro i padroni e il monopolio politico della D.C. Bisogna continuare la lotta perchè la Resistenza che ha vinto resti vittoriosa.



12

IL SANGUE DEI LAVORATORI

a cura del P.C.I.

Alla ricerca di una legittimazione della loro svolta reazionaria, i democristiani tentano la via della legge truffa. Il Parlamento è minacciato. Le leggi costituzionali, sovvertite. Ma per i democristiani la Costituzione è una "trappola". Essi tentano con la legge truffa di spezzare la forza della opposizione riducendone artificiosamente la rappresentanza in Parlamento. Il 7 giugno, dopo una grande opposizione parlamentare e una lotta elettorale estremamente drammatica, l'Italia vota: e il popolo vince. La legge truffa non è scattata. La D.C. è umiliata e sconfitta. Ancora una volta ha prevalso lo spirito della Resistenza.







13

LA LEGGE TRUFFA NON È SCATTATA





Nasce la terribile minaccia atomica, si scatena la repressione colonialista, risorge il fascismo in Europa. La più barbarica violenza dilaga al seguito delle truppe "civilizzatrici" in Algeria, in Angola, nel Congo. In Europa, dai primi patti di guerra, prendono ossigeno l'autoritarismo e il fascismo in Francia, in Germania e nella Spagna di Franco. Grimau, l'ultima delle sue vittime, diventa la nuova bandiera della lotta per la democrazia in Europa.



14

SEMPRE UNITI CONTRO L'IMPERIALISMO E IL FASCISMO

Sconfitta nel '53, delusa nelle sue speranze di rivincita nel '58, la D.C. sceglie la via del colpo di stato. E' il luglio 1960. Tambroni, presidente del Consiglio tenta la legittimazione del neofascismo.



Un sussulto rivoluzionario scuote tutta l'Italia e impegna in grandi lotte le giovani generazioni. Il governo democristiano, appoggiato dai fascisti, oppone la provocazione, la violenza e l'eccidio a Genova, Reggio Emilia, Roma, Palermo e Catania. Ma i caduti non sono morti invano. Tambroni è spazzato via. E' una vittoria dell'antica e della nuova Resistenza.



15 LUGLIO 1960: NO AL CLERICOFASCISMO

La D.C. è costretta a fare i conti con la volontà di svolta a sinistra dalla maggioranza del popolo. Con la formula di centrosinistra essa compie un contraddittorio e parziale tentativo di cambiare strada.



Ma la D.C. si dimostra incapace di dare al paese una nuova politica e sotto nuova forma ripropone la sua tradizionale politica di divisione del movimento operaio e democratico; riaffiora il suo anticomunismo e si rende esplicito il ricatto al P.S.I. Le masse operaie, contadine e del ceto medio rispondono con lotte unitarie sempre più avanzate.





16 UNITÀ E RISCOSSA OPERAIA

a cura del P.C.I.

Lo spirito della Resistenza rivive nella lotta degli uomini per la pace contro le aggressioni in Corea, a Suez, nel Libano, nel Vietnam, a Cuba. Contro il ricatto atomico e le minacce imperialistiche il fronte degli uomini pacifici si rafforza e sostiene le iniziative dell'URSS e dei paesi socialisti per il disarmo e la coesistenza. Il messaggio di Giovanni XXIII spezza l'epoca delle crociate e incoraggia gli uomini e gli Stati al dialogo e alla comprensione reciproca per la pace.











17

LA PACE INNANZITUTTO

a cura del P.C.I.

28 aprile: il PCI guadagna un milione di voti; la DC subisce una dura sconfitta. Il voto popolare indica con chiarezza la necessità di cambiare politica, di attuare la svolta a sinistra. Tornano attuali le parole contenute nel programma unitario del C.L.N. Alta Italia: "Nella nuova Italia le classi popolari avranno un peso determinante e un posto adeguato a questo peso avranno i partiti che le rappresentano... Tra essi il Partito comunista che fa parte del C.L.N. su un piano di perfetta parità con gli altri partiti, con pari pienezza di autorità oggi e di potere domani".



l'Unità

Proletari di tutto il mondo unitevi

W IL 1° MAGGIO

Avanza la causa della democrazia e del socialismo: l'Italia va a sinistra

VITTORIA

P.C.I.: 7.763.854 alla Camera oltre un milione in più

D.C.: caduta dal 42 al 38% oltre 750.000 in meno



Mostra sull'imperialismo

1 L'imperialismo è fame

L'imperialismo, fase
estrema e degradante del
capitalismo, è responsabile
della fame cronica che
attanaglia il 60 per cento
dell'intera umanità
Fame in America Latina,
in Africa, nel Medio
Oriente. Un mondo dove
un neonato su tre non ha
speranza di vita
Il cibo viene buttato via,
per tenere alti i prezzi: il
latte in Inghilterra, il grano
in USA, il caffè, la frutta,
la verdura nel Sud America,
in Asia, in Africa
Regna la fame,
là dove l'imperialismo
diventa ricco sfruttando
il lavoro degli uomini
e le risorse delle loro terre
Regna la fame
e regna l'ignoranza
là dove l'imperialismo
ha imposto il suo giogo
nel corso dei secoli
fermando il tempo
e il progresso
per due miliardi
di esseri umani

Delitto collettivo: ogni anno su 60 milioni di morti 30 milioni di uomini dai 30 ai 40 anni muoiono per fame, 20 milioni sono bambini che muoiono prima della nascita.







2 L'imperialismo è guerra

1914: I guerra mondiale
1939: II guerra mondiale
1945: Indocina
1950: Corea
1954: Algeria
1956: Suez
1958: Libano
1960: Congo
1960: Laos o Cambogia
1961: Cuba
1965: Vietnam del Nord
1965: Santo Domingo

Fare la geografia della guerra anche solo degli ultimi cinquant'anni significa mettere sotto accusa l'imperialismo. L'imperialismo risolve con le armi le crisi del sistema e ricorre alle armi per imporre la sua legge.

L'imperialismo ha molte facce e tante bandiere. Si chiamava nazismo tedesco, fascismo italiano o giapponese, quando scatenò la II guerra mondiale. Si copriva con la bandiera degli Stati Uniti d'America in Corea, della Francia in Indocina, dell'Inghilterra e della Francia a Suez.

Milioni di morti, devastazioni e rovine: gli uomini hanno pagato e pagano questo prezzo agli interessi economici e politici dello imperialismo. Oggi, portata dagli Stati Uniti, la guerra è nel Vietnam, voluta e imposta dall'imperialismo americano.









3 L'imperialismo è massacro

Il genocidio, lo sterminio di popoli interi, ha caratterizzato tutte le guerre coloniali di conquista. Col nazismo il genocidio ha assunto caratteristiche allucinanti: 20 milioni di vite è stato il prezzo dell'aggressività nazista.

Ma il genocidio non è finito con la morte del nazismo. E' continuato in Algeria, continua nel Vietnam, nel Congo, nell'Angola, nel Sud Africa.

Fucilazioni in massa, fosse comuni: il massacro per assoggettare i popoli, frenare il moto per l'indipendenza. Questa è la civiltà imperialista.

La repressione passa attraverso la tortura, la prigione, la morte per i patrioti, per gli uomini liberi. Il martirio di Lumumba è diventato il simbolo della vergogna del colonialismo.







4 Nella storia il socialismo

1917: la Rivoluzione d'ottobre spezza le catene dell'imperialismo e apre un'era nuova nella storia

Lenin con il pensiero e l'azione rivoluzionaria indica la via della emancipazione dei popoli

La sesta parte del mondo, la Russia degli Zar, è sottratta allo sfruttamento e al controllo dell'imperialismo

Il primo Stato socialista e la prima ... contro ... E ...



5 Bandiera rossa a Berlino

Vittoria del socialismo sugli imperialisti degli anni '40. I nazisti di Hitler. Vittoria dell'URSS e dei milioni di partigiani armati che in tutto il mondo diedero vita all'epopea della Resistenza. E' la fine del nazismo, del fascismo, della guerra.

1945: Si estende il campo socialista in Europa. Ne fanno parte con l'URSS Albania, Bulgaria, Cecoslovacchia, Jugoslavia, Polonia, Repubblica Democratica Tedesca, Romania, Ungheria. Nel 1949, la rivoluzione vittoriosa in Cina porta nel cuore dell'Asia il socialismo.



Un miliardo di uomini costruisce il socialismo



6 Avanza la rivoluzione

Il cammino dei popoli verso l'indipendenza, la libertà il socialismo, è inevitabile Nel Vietnam e a Cuba vince la rivoluzione

1954. Dopo un secolo di lotta contro il colonialismo francese, sorge la Repubblica democratica del Vietnam

1959. Cuba è libera. Cuba significa socialismo in un altro continente, nel cuore dell'America. È una speranza e una spinta per i popoli ancora soggetti

Quando tutto un popolo si unisce per spezzare le catene dello sfruttamento, l'imperialismo, con i suoi eserciti, con le sue armi di sterminio può essere vinto.





7 L'imperialismo è razzismo

6 milioni di ebrei con il marchio della stella gialla, finiti nelle camere a gas e nei campi di sterminio: il nazismo li uccise, in nome della razza

7 milioni di negri deportati dall'Africa in America, nel '700 e nell' '800 il colonialismo li ha resi schiavi, in nome della razza.

Nel 1965, nell'era spaziale, il razzismo vive e si manifesta negli Stati Uniti con la violenza, con l'omicidio, con la segregazione, con il sottosalario. Il negro non è uguale al bianco, in nome della razza.

Nel Sud Africa, in Angola, nel Mozambico, nella Guinea portoghese, esistono ancora gli schiavi: sono milioni di uomini di colore ai quali il colonialismo e l'imperialismo negano perfino il diritto alla vita, in nome della razza.











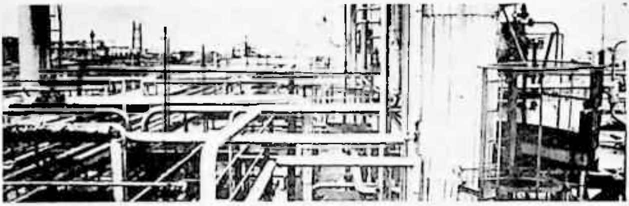


8 L'imperialismo è rapina

Ha rapinato e rapina miliardi, sfruttando le favolose ricchezze di terre che non gli appartengono, ma che gli sono soggette.

Petrolio, oro, diamanti materie prime, sottratte ai popoli che ne hanno diritto, in Africa, in Asia, in Sud America.

Colonialismo e neocolonialismo, il fucile puntato e i falsi aiuti ai popoli coloniali: ecco due aspetti dell'immensa e vergognosa rapina imperialista che ancora sopravvive nel mondo.





9 La riscossa del 3° mondo

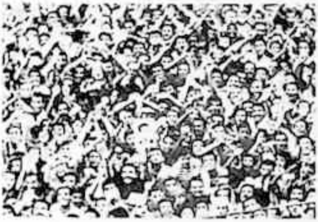
1945-1965: venti anni che hanno visto la ribellione di uomini oppressi da secoli, contro il colonialismo e l'imperialismo. In venti anni, l'indipendenza si fa largo in ogni continente.

In Africa: dall'Algeria che vince la lunga guerra contro i francesi, al Ghana, alla Guinea, al Mali, alla Tanzania, fino all'Egitto: è un nuovo mondo che si apre alla libertà.

In Asia: l'Indonesia, il Laos, la Cambogia, la Birmania scelgono la via della lotta al neocolonialismo.

Nell'America latina: Cuba e con essa le masse dei contadini e degli operai del Venezuela, del Guatemala, del Perù, della Bolivia iniziano la lotta contro l'imperialismo yankee.







Asia Africa Sud America contro l'imperialismo

10 Diritto all'uguaglianza

In nome della civiltà
contro il razzismo

In ogni Paese, in ogni parte
della terra, si leva la
protesta contro l'infamia
del razzismo

Attorno alle manifestazioni
e alle marce
dell'uguaglianza
in Sud Africa e in Albania
c'è tutto il mondo civile

Si lotta insieme contro
l'imperialismo, perchè
gli uomini siano davvero
uguali





11 L'imperialismo U.S.A. gendarme del mondo

L'imperialismo più aggressivo oggi nel mondo si chiama Stati Uniti. Esporta lontano la violenza e la guerra. Aggressione a Cuba socialista, sbarco nel Libano, intervento armato nel Congo, guerra contro il Vietnam socialista, invasione di S. Domingo. Le armi USA, ovunque, per imperare, per soffocare la resistenza, per uccidere la libertà.





S. Domingo

1965





12 Complice il governo italiano

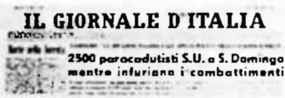
Nel Vietnam gli americani violano i trattati internazionali, usano armi di sterminio, il gas e il napalm, mettono in pericolo la pace del mondo. L'on. Moro dichiara a Johnson « comprensione piena ».
A S. Domingo gli americani intervengono con le armi contro uno Stato sovrano, bombardano e assassinano. L'on. Moro dichiara « sospensione di giudizio ». E' complicità con l'imperialismo e subordinazione del governo italiano agli Stati Uniti, e continuare la politica aggressiva che ha ammesso i missili Polaris nella nostra terra e le navi straniere nel nostro mare.



Complice la stampa dei padroni

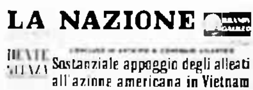

il Resto del Carlino
ESTATE CALDA NEL VIETNAM


Il Messaggero
Paracadutisti americani e sud-vietnamiti all'attacco nella zona D
Ventidue ann e tre mor per insolazi


IL GIORNALE D'ITALIA
2500 paracadutisti S.U. a S. Domingo mentre infuriano i combattimenti


LA STAMPA
Gli Stati americani decidono di inviare truppe a Santo Domingo


CORRIERE DELLA SERA
CINQUEMILA SOLDATI AMERICANI SONO SBARCATI A SANTO DOMINGO


LA NAZIONE
Sostanziale appoggio degli alleati all'azione americana in Vietnam


IL TEMPO
Duro monito di Rusk alla Cina comunista

13 Risponde l'Italia della Resistenza

L'Italia democratica l'Italia delle grandi lotte per la pace, per la democrazia, per il socialismo e contro le aggressioni imperialiste È a fianco di tutti i popoli che nel mondo si battono per la libertà











l'Unità

Via gli americani dal Vietnam

l'Unità

Intervista con HO CI MIN

l'Unità

Raggiunti 1100 milioni per il Vietnam

14 I popoli uniti contro gli aggressori

Sotto ogni latitudine la coscienza del mondo si ribella all'aggressione imperialista.

In tutte le lingue, in tutti i Paesi, dall'URSS alla Cina, dal Giappone all'Inghilterra, dalla Svezia all'Indonesia, dall'India a Cuba, si leva il grido: Yankee go home

La coscienza del mondo, di milioni e milioni di uomini semplici, è la forza che può battere quella imperialista.

Non reagire o reagire debolmente è una imperdonabile colpa. E' la rinuncia alla propria dignità di uomini liberi

















15

Nel Vietnam comincia la scalata all'atomica

Escalation, cioè scalata atomica e la terrificante teoria della guerra nucleare lanciata dagli strateghi americani.

Dalla prima alla terza soglia c'è l'uso indiscriminato delle armi tradizionali: la teoria e già pratica nella guerra americana contro il Vietnam del Nord. Tra la terza e la quarta soglia è provisto lo scoppio dell'atomica « per errore » suprema ipocrisia dell'imperialismo

Pianifica la bomba atomica, prevedendo e attuando le tappe della aggressione ai popoli, fino a giustificare lo scoppio annientatore. La scalata si compone di quarantaquattro gradini – tutta una gamma di incidenti, di provocazioni, di interventi armati – e di sette soglie, i sette gironi infernali dell'imperialismo, pronto a distruggere il mondo pur di non perdere le sue posizioni di dominio.

Infine si scalano gli ultimi terrificanti gradini, fino alla guerra indiscriminata totale, insensata. Su questa linea si muove l'imperialismo USA cominciando dal Vietnam.









16 L'atomica si avvicina

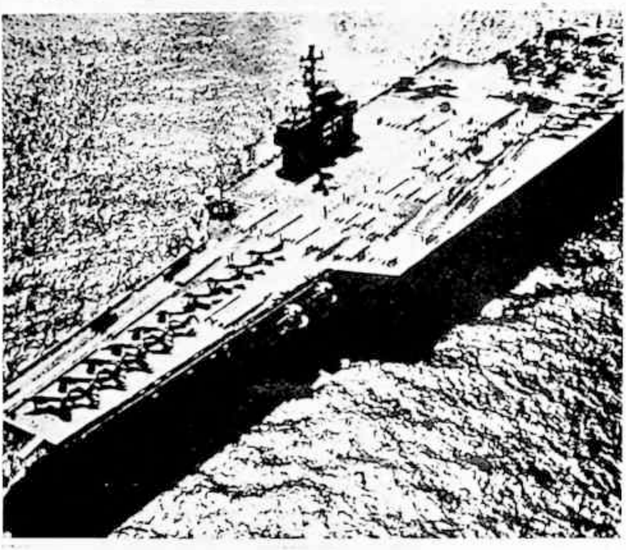
I depositi atomici vengono accumulati in punti nevralgici, per scalare le ultime « soglie ».

Gli strateghi della morte collettiva collocano alla quinta soglia i missili a breve raggio e i cannoni atomici.

Alla sesta, è previsto il passaggio dalla guerra limitata alla guerra mondiale, con i missili balistici intercontinentali.

E' la strategia della morte, che affida le sorti del mondo a chi tiene il dito sul grilletto. Essa è reale, e solo la lotta del mondo intero potrà sconfiggerla.






17 L'ultimo gradino dell'imperialismo
Tra la terza e l'ultima soglia, ci sono solo 48 ore. 48 ore che possono segnare la fine del mondo.
NO
all'atomica

18 La pace ha fretta

non basta vivere



per se stessi

non basta amare



e avere pietà

non basta condannare



il passato

non basta avere paura



delle atrocità

non basta ricordare



lo sterminio
dei popoli

19 Uniti PIU' FORTI dell'atomica



Nessuno è neutrale
di fronte al problema della
pace e della guerra
Cattolici socialisti
comunisti uomini semplici
di ogni parte e di ogni fede
uniti possono essere
l'immensa forza che vince
l'atomica e sconfigge
l'imperialismo

Uniti
potremo conquistare
un'era nuova in cui il
processo di profonda
trasformazione dei
rapporti umani possa
avanzare nella pace
e nella libertà



tutta
l'umanità

un
miliardo



un milione



uno

20 Contro l'imperialismo

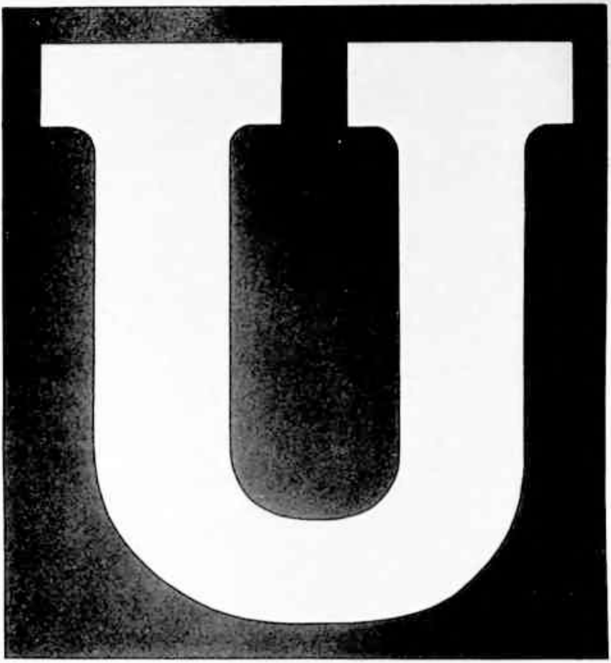


Pace per tutti gli uomini

Coesistenza pacifica tra tutti gli stati del mondo

Indipendenza per tutti i popoli

21 Unità per il socialismo



Guardiamo lontano con la coscienza dei nostri diritti, con la volontà di creare un mondo più pulito, più giusto, più democratico, che avanzi sulla strada della pace e del socialismo.

Finito di stampare nel mese di novembre 1978
dalla Tipolitografia Luciano Chiovini
Roma - Via Fosso della Magliana, 12

Questi scritti di teoria della grafica e i manifesti che li illustrano testimoniano della straordinaria sensibilità poetica e politica del compianto Albe Steiner, l'artista che piú di ogni altro in Italia ha contribuito — fin dagli anni della lotta antifascista — a trasformare la grafica da strumento di « persuasione occulta » in veicolo di cultura. « La sua genialità — scrive Dario Micacchi nella prefazione — stava nell'intuizione e nel rinvenimento di quel piano piú vasto e piú complesso di relazioni e di dati che l'oggetto disegnato organizza attorno a sé, e che in certi momenti diventava la cosa piú importante e necessaria. Egli mirava, col suo disegno, a cambiare la vita; risvegliare nel fruitore il bisogno e l'immaginazione del cambiamento era per lui il fine primario ».

Albe Steiner nacque a Milano nel 1913 e fece il grafico fin da giovanissimo. La sua attività fu assai intensa, come collaboratore di giornali e case editrici, ideatore di simboli e stemmi pubblicitari, organizzatore di mostre ed esposizioni, insegnante all'Istituto d'arte di Urbino. Alcuni suoi scritti sono raccolti nel volume *Il mestiere di grafico* (Torino, 1978).

CL 63 - 1911 - 4